

Jalmari Honkanen

Markkinoinnin ja myynnin ammattilaisten kielitaidon tarve pääkaupunkiseudulla

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Tradenomi

Liiketalouden koulutusohjelma

Opinnäytetyö

Toukokuu 2017

Tekijä Otsikko Sivumäärä Aika	Jalmari Honkanen Markkinoinnin ja myynnin ammattilaisten kielitaidon tarve pääkaupunkiseudulla 45 sivua + 4 liitettä 2.5.2017
Tutkinto	Tradenomi
Koulutusohjelma	Liiketalouden koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Markkinointi
Ohjaaja	Lehtori Anne-Mari Raivio
<p>Nykyään kielet ovat osa jokaisen arkea ja työtehtävissä tarvitaan monipuolista kielitaitoa. Opinnäytetyön päätavoitteena oli selvittää, mitä kieliä pääkaupunkiseudulla työskentelevät markkinoinnin ja myynnin ammatissa työskentelevät ihmiset tarvitsevat. Sivutavoitteena oli verrata tutkimuksen tuloksia paikallisten liiketalouden koulutusohjelmaa tarjoavien ammattikorkeakoulujen kielivalikoimaan ja näin selvittää, kohtaavatko yritysten kielten kysyntä ja koulujen kielitarjonta toisensa. Tutkimuksessa pyrittiin myös selvittämään ja huomioimaan pääkaupunkiseudun erityispiirteet.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuus käsittelee aiemmin tehtyjä tutkimuksia kielitaidon tarpeesta, joista pääasiallinen lähde on Elinkeinoelämän keskusliiton tekemä tutkimus. Teoriaosuus myös sivuaa aiheita kuten ammattikorkeakoulujen kieltenopetus ja eri kielten rooli Suomessa liike-elämän näkökulmasta.</p> <p>Tutkimuksessa käytettiin pääasiassa kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Aineisto tutkimukseen kerättiin verkkokyselyllä helmi-maaliskuun aikana vuonna 2017. Kyselyyn vastasi 82 markkinoinnin ja myynnin ammattilaista pääkaupunkiseudulta. Tutkittavat edustivat kattavasti molempia aloja, osan tehdessä kumpaakin työtä. Aineiston analysointi tapahtui aihealueittain.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella markkinoinnin ja myynnin ammattilaisten tärkein kieli suomen jälkeen on englanti, jonka osaamista pidetään jo itsestäänselvyytenä ja osana ammattitaitoa. Tästä huolimatta englannin kielen merkityksen uskotaan kasvavan edelleen tulevina vuosina. Seuraavaksi tärkeimmät kielet olivat tulosten valossa ruotsi, saksa ja venäjä. Etenkin venäjän kielen uskotaan tulevaisuudessa kasvattavan merkitystään. Tutkimuksen tulokset vastaavat Suomessa aiemmin tehtyjä selvityksiä kielitaidon tarpeesta ja tulevaisuuden näkymistä yrityksissä.</p> <p>Ammattikorkeakoulujen tarjoama kielivalikoima vuoden 2017 keväällä on hyvä, mutta kattaa lähinnä tärkeimmät eurooppalaiset kielet. Kiinan kielen ottaminen laajemmin opetukseen voisi olla arvokas lisä.</p>	
Avainsanat	kielet, kielitaito, markkinointi, myynti, pääkaupunkiseutu

Author Title Number of Pages Date	Jalmari Honkanen The Need for Foreign Language Skills among Marketing and Sales Professionals in Capital Region of Finland 45 pages + 4 appendices 2 May 2017
Degree	Bachelor of Business Administration
Degree Programme	Economics and Business Administration
Specialisation option	Marketing
Instructor	Anne-Mari Raivio, Senior Lecturer
<p>Nowadays languages are part of our everyday life and diverse language skills are a competitive asset in working life. The main purpose of this thesis was to find out the languages that are needed in the professions of marketing and sales in the capital region of Finland. Another objective was to compare the results of this research to what languages three local universities of applied sciences can offer and in that way, see if the demand of foreign languages meet the supply. In addition, the characteristics of the capital region are of Finland were discussed.</p> <p>The theoretical part of the thesis focused on researches made earlier on similar topic and a large-scale study by Elinkeinoelämän keskusliitto EK being the main source. The theoretical part also includes subjects such as language teaching in universities of applied sciences and the roles of different languages in Finland viewed from the business perspective.</p> <p>The thesis mainly applies quantitative research methods. The data was gathered by an online survey during February and March 2017. The questionnaire was answered by 82 marketing or sales professionals from the Capital Region. The respondents represented both marketing and sales professionals, some of them working in both fields. The aggregated material was analysed in areas of different themes.</p> <p>The results of the research indicate that in marketing and sales area the most important language, after Finnish, is English. The ability to use English is expected and considered to be part of anyone's professional skills. Yet it is deemed English will gain even more profound importance. According to the results, in terms of importance English was followed by Swedish, German and Russian. Especially Russian language is expected to be more significant in the coming years. The results of the research are similar to the findings made by earlier studies of language needs and future views of companies.</p> <p>The selection of languages in local universities of applied sciences in Spring 2017 is decent, but mainly covers the most important and largest European languages. Adding Chinese language to the selection of every school could be a major improvement.</p>	
Keywords	language skills, marketing, sales, helsinki, capital region

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Aiempia tutkimuksia ja taustatietoa	3
2.1	Työelämän kielitarvetutkimuksia	3
2.1.1	EK:n henkilöstö- ja koulutustiedusteluraportti	3
2.1.2	Tutkimus pohjalaismaakuntien yritysten kielitarpeista	7
2.1.3	Kansallinen kyselytutkimus englannin kielestä	8
2.1.4	Tutkimus Pohjois-Karjalan yritysten kansainvälistymisestä	8
2.1.5	Yhteenveto tutkimuksista	8
2.2	Perinteisesti tärkeimmät kielet Suomessa	9
2.2.1	Englanti ja sen rooli maailmankielenä	9
2.2.2	Ruotsi, toinen kotimainen kieli	10
2.2.3	Saksa, tärkeä kauppakumppani	11
2.2.4	Venäjän kielen merkitys kasvaa	12
2.2.5	Muita oleellisia kieliä	12
2.3	Kielitaidon yksipuolistuminen	13
2.4	Ammattikorkeakoulujen kieltenopetus	15
2.5	Pääkaupunkiseudun erityispiirteet	16
2.6	Tulevaisuudennäkymiä	17
3	Tutkimuksen kohteet ja toteutus	18
3.1	Markkinoinnin ammattilaiset	18
3.2	Myyntityön ammattilaiset	18
3.3	Tutkimusmenetelmä	19
3.4	Aineiston keruu ja tutkimuksen toteutus	20
3.5	Luotettavuus	22
4	Tutkimustulokset	24
4.1	Vastaajat	24
4.2	Työssä käytetyt kielet	26
4.3	Tulevaisuudessa tärkeiksi nousevat kielet	28
4.4	Työnantajan tarjoama kielikoulutus	29
4.5	Pääkaupunkiseudun erityispiirteet	30
4.6	Muita huomioita kielenkäytöstä	31
5	Yhteenveto ja loppupohdinta	32

5.1	Markkinoinnin ja myynnin ammattilaisten kielitaidon tarve	32
5.2	Ammattikorkeakoulujen kieltenopetus	33
5.3	Opinnäytetyöprosessi, tavoitteiden saavuttaminen ja jatkotutkimuskohteet	34
	Lähteet	36
	Liitteet	
	Liite 1. Saatekirje	
	Liite 2. E-lomake	

1 Johdanto

Olen aina ollut kiinnostunut kielistä. Olen lukenut kursseja pakollisten englannin ja ruotsin lisäksi saksasta, espanjasta ja ranskasta. Kielivalintoja on helpottanut vaihtoehtojen rajallisuus, mutta olen silti pohtinut kielten ammatillista mielekkyyttä. Sen takia tahdon tutkia, millainen tarve kielillä on omalla asuinalueellani opiskelemissani aloilla. Selvitän myös kuinka hyvin paikallisten korkeakoulujen kieltenopetus vastaa pääkaupunkiseudun markkinoinnin ja myynnin ammattilaisten tarpeita. Tutkimusongelmana on se, mitä kieliä pääkaupunkiseudun markkinoinnin ja myynnin ammattilaiset tarvitsevat työssään. Tutkimuksessa myös sivutaan sitä, kuinka hyvin ammattikorkeakoulujen kielitarjonta vastaa kysyntään.

Kielitaito on aina ollut oleellista Suomessa. Suurimman osan historiallisesta ajastamme olemme kuuluneet muihin kuin suomea puhuviin valtioihin ja kauppaa on tutkitusti tehty muualta tulleiden kanssa jo esihistoriallisena aikana (Lehtonen 2003). Nykyään yhä useamman suomalaisen yrityksen virallinen kieli on jokin muu kuin suomi, yleensä englanti. Yhä useamman suomalaisyrityksen omistus on ulkomailla. Yhä useampi yritys hakee ulkomailta kansainvälisiä osaajia. Yhä useampi yritys siirtää tuotantonsa ulkomaille. Moni yritys toivoo pääsevänsä kansainvälisille markkinoille, ja hyvin moni on jo siellä. Jotkut yrityksistä aloittavat toiminnan suoraan ulkomailla ilman, että edes kokeilevat sitä Suomessa. (EK 2014, 7.)

Toisaalta yhä useampi suomalainen opiskelee ulkomailla tai on vaihto-oppilaana. Moni tekee töitä väliaikaisesti tai pysyvämminkin ulkomailla. Suomalaiset matkustavat enemmän ulkomaille, ja toisaalta Suomeen tehdään enemmän matkoja ulkomailta. (EK 2014, 7.) Yhä useammalla on kansainvälinen ystävä- ja työpiiri. Samoin muusta syystä kuin työpaikan perässä Suomeen tulleiden ulkomaalaisten määrä kasvaa tasaisesti. Kydön ja Kral-Leszczynskan mukaan suurin osa muuttoliikenteestä suuntautuu pääkaupunkiseudulle (Kytö & Kral-Leszczynska 2013, 38; Kytö 2015).

Suomessa on tehty viime vuosikymmeninä lukuisia tutkimuksia kielten tarpeesta yleisesti yrityksissä sekä rajatumminkin eri alueilla ja aloilla. Toisen luvun ensimmäisessä alaluvussa tarkastellaan näiden tutkimuksien tuloksia. Koska tämän opinnäytetyön tutkimus on rajattu pääkaupunkiseudun alueella työskenteleviin, käydään viitekehyksessä vertailun vuoksi läpi myös joitakin alueellisia tutkimuksia yritysten kielitarpeesta. Tär-

kein ja eniten käyttämäni teoriapohja on Elinkeinoelämän keskusliiton tekemä laaja tarvekartoitus. Tätä seuraavassa alaluvussa esitellään perinteisesti Suomelle tärkeät kielet sekä syitä niiden merkitykseen suomalaisessa työelämässä. Englannin kielen suuren merkityksen takia, myös sen valta-asemaan johtaneita syitä tarkastellaan.

Toisen luvun kolmannessa alaluvussa käsitellään kielitaidon kapenemista. Huolimatta kielten tarpeen kasvusta ja kansainvälistyvistä maailmasta, kieliä opiskellaan Suomessa aiempaa vähemmän jo peruskoulusta lähtien. Tämän lisäksi kappaleessa kerrotaan, mitä ongelmia kielitaidon yksipuolistuminen pelkästään englannin varaan voi aiheuttaa.

Seuraavaksi käydään läpi ammattikorkeakoulujen kieltenopetusta laissa määriteltyjen velvoitteiden osalta sekä pohditaan sitä, mihin suuntaan Euroopan unioni haluaa korkeakoulujen kieltenopetuksen kehittyvän. Kyseisessä luvussa tutustutaan myös tutkimusongelman kannalta oleelliseen tietoon eli siihen, mitä kieliä liiketalouden tutkintoa tarjoavissa paikallisissa korkeakouluissa opetetaan.

Kolmannessa luvussa tutustutaan tutkimuksen kohteisiin eli markkinoinnin ja myynnin ammattilaisiin, käytettyyn tutkimusmenetelmään ja siihen kuinka tutkimus käytännössä tehtiin. Luku kertoo esimerkiksi vastauksen siihen, miksi valittiin kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä ja kuinka verkkokyselyn lomake rakennettiin. Luvussa tarkastellaan myös tutkimuksen luotettavuutta kirjallisuuslähteiden avulla.

Neljännessä luvussa esitellään kyselyyn vastanneet henkilöt saatujen taustatietojen valossa ja kyselytutkimuksen tulokset. Tuloksissa selviää vastaajien työssään käyttämät kielet, se mitkä niistä ovat merkityksellisimpiä ja eroaako markkinoinnissa työskentelevien kielenkäyttö myynnin ammattilaisten kielten käytöstä. Tulokset kertovat myös kielistä, joiden vastaajat uskovat kasvattavan merkitystään lähivuosina ja tulevan tärkeämmäksi työelämässä. Lisäksi vastaukset tarjoavat katsauksen markkinointi- ja myyntityötä tekevien ihmisten saamaan kielikoulutukseen ja heidän suhtautumisensa siihen. Lopuksi vastauksien perusteella esitellään huomioita pääkaupunkiseudun kielellisistä erityispiirteistä.

Viimeisessä eli viidennessä luvussa saatuja tuloksia verrataan teoriapohjassa esiteltyihin tutkimuksiin ja tarkastellaan, onko kielitaidon tarve erilainen markkinointi- ja myyntityössä kuin esimerkiksi Elinkeinoelämän keskusliiton jäsenyrityksillä keskimäärin. Lu-

vussa käsitellään myös sitä, kuinka hyvin ammattikorkeakoulujen kieltenopetus kohtaa työelämän tarpeet ja tarkastellaan, saavutettiinkö opinnäytetyön tavoitteet.

2 Aiempia tutkimuksia ja taustatietoa

2.1 Työelämän kielitarvetutkimuksia

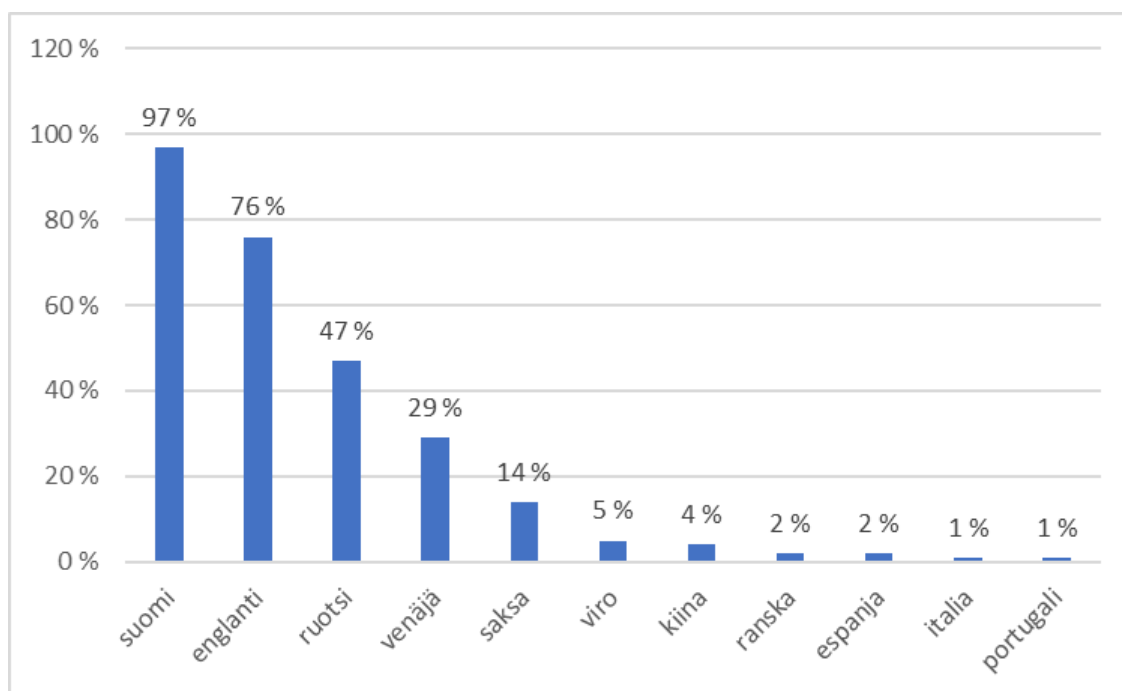
Kielitaidon tarpeesta Suomessa on tehty useita selvityksiä vuosikymmenien aikana. Niiden tarkoituksena on ollut selvittää, millaisia muutoksia yrityksissä tapahtuu kielten tarpeeseen liittyen, jotta tarpeita voisi ennakoida ja vastata niihin. Ensimmäiset kielitaitotarpeiden selvitykset tehtiin 1970-luvulla. Yhteistä kaikille tutkimusten tuloksille on, että englanti on tärkein kieli yrityksille. (Kantelinen & Airola 2008, 5–6.)

Yritysten kielitaitotarpeita on tutkittu muun muassa Airolan toimesta Pohjois-Karjalassa (Airola 2004), sosiaali- ja terveysalan kielitaitotarpeita Joensuussa (Airola & Piironen 2005) ja kieliosaamisen tarpeita Vaasan seudulla ja Vaasan yliopistossa (Martin & Metsälä & Suojanen & Vainio 2013). Samoin toisessa Vaasan yliopistossa tehdystä tutkimuksesta selvitettiin pohjalaismaakuntien yritysten liikesuhteita saksankielisiin maihin ja kielten merkitystä (Breckle & Rinne 2016). Viime vuosina aiheesta ei ole ilmestynyt tutkimuksia painetussa muodossa, mutta internetissä niitä ovat julkaisseet esimerkiksi yliopistot, ammattikorkeakoulut ja Elinkeinoelämän keskusliitto. Pelkästään pääkaupunkiseudulla työskenteleville markkinoinnin ja myynnin ammattilaisille kohdistuvaa tutkimusta ei ole kielitarpeista tehty.

2.1.1 EK:n henkilöstö- ja koulutustiedusteluraportti

Elinkeinoelämän keskusliitto EK teki syksyllä 2013 tutkimuksen yritysten kielitaidon tarpeesta. Kysely lähetettiin 2700 EK:n jäsenyritykseen, joista yli tuhat vastasi siihen. Tutkimus kattoi kaiken kokoiset yritykset. Kaikkiaan vastanneissa yrityksissä työskentelee lähes 455 000 ihmistä. Kielitarvetta tutkittiin sen huomattavan merkityksen takia nykypäivän yrityksissä. Raportissa käsitellään myös kielten opetusta ja kielivalintoja, yritysten saamia hyötyjä kielitaidosta ja verrataan yritysten kielitaidon tarvetta koulutusjärjestelmän kielitarjontaan. (EK 2014, 4, 6.)

Suomen muututtua yhä kansainvälisemmäksi työelämässä tarvitaan entistä enemmän kielitaitoa. Tarve ei enää kosketa vain johtoa ja asiantuntijoita, vaan myös tavalliset työntekijät tarvitsevat kieliä osana ammattitaitoaan. Työt eivät ole enää sidottuja yhteen maantieteelliseen paikkaan tai edes alueeseen, vaan työtoveri voi sijaita toisella mantereella. Tällöin kieli- ja kulttuurituntemus muodostuu yrityksessä elintärkeäksi. (EK 2014, 7.)



Kuvio 1. Käytetyimmät kielet Elinkeinoelämän keskusliiton EK:n jäsenyrityksissä (EK 2014, 8).

Suomen jälkeen käytetyimmät kielet EK:n jäsenyrityksissä ovat englantia, ruotsi ja venäjä. Englantia käytetään lähes 80 prosenttia yrityksistä ja ruotsiakin liki puolissa. Venäjän kieli on käytössä melkein joka kolmannessa yrityksessä. (Kuvio 1.)

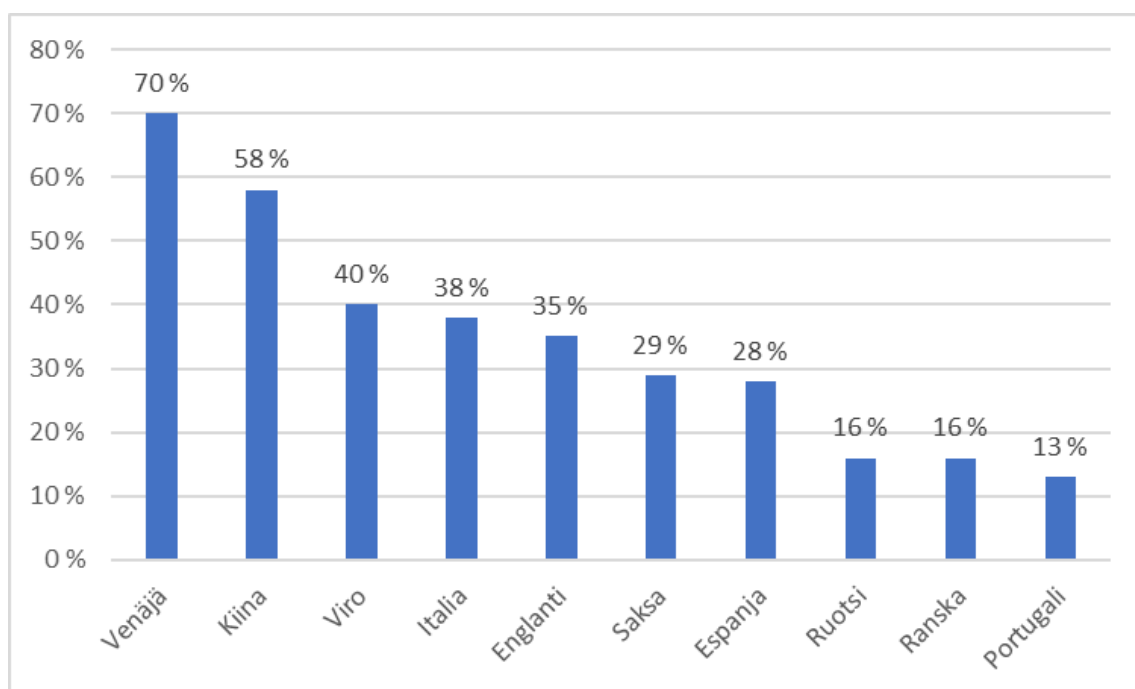
Teollisuusyrityksissä eri kielten käytön määrä vaihtelee toimialoittain. Paperiteollisuudessa saksa tarvitsee lähes jokainen yritys ja myös ruotsin merkitys on huomattava, noin 75 prosenttia alan yrityksistä käyttää sitä. Venäjä on tärkeä kieli paitsi paperiteollisuudessa, mutta myös kemianteollisuudessa. Suomessa vähemmän käytetyt kielet kiina, ranska ja espanja ovat tärkeitä teknologiateollisuudessa. Melkein 20 prosenttia elektroniikka- ja sähköyrityksistä käyttää kiinaa. (EK 2014, 11.)

Palvelualalla ruotsia käytetään etenkin finanssialalla, yli 70 prosentissa yrityksiä. Ruotsin lisäksi kiinan kielellä on alalla kysyntää. Venäjän kieli on puolestaan matkailu- ja

ravitsemusalalle merkittävä kieli, jota tarvitsee noin 80 prosenttia yrityksistä. Myös kaupan alalla venäjä on tärkeä ja lähes 40 prosenttia yrityksistä ilmoittaa käyttävänsä sitä. (EK 2014, 11.)

Rakennusala tekee poikkeuksen muihin tutkittuihin aloihin verrattuna siinä, että kielitaitoa tarvitaan vähemmän. Rakennusosalalla paljon käytettyjä kieliä ovat englanti, viro ja venäjä. Viron kielen käyttäjiä on eniten työntekijöiden parissa, kun taas muut harvinaisemmat kielet ovat kaikilla aloilla pääasiassa asiantuntijoiden ja toimihenkilöiden käytössä. Paljon käytetyt kielet, esimerkiksi englanti, on jakautunut tasaisesti eri ryhmien välillä. (EK 2014, 11.)

Elinkeinoelämän keskusliiton tutkimuksessa kysyttiin yrityksiltä myös sitä, mitkä jo nykyisellään käytössä olevista kielistä tulevat kasvattamaan merkitystään tulevina vuosina. Jopa 70 prosenttia jäsenyrityksistä uskoi venäjän merkityksen nousevan lähivuosina. Palvelualoilla toimivat yritykset mainitsivat venäjän useimmin, mutta tuloksista voi päätellä venäjää tarvittavan tulevaisuudessa kaikilla aloilla. (EK 2014, 12.)



Kuvio 2. Kielet, jotka kasvattavat merkitystään lähivuosina EK:n jäsenyrityksissä (EK 2014, 12).

Huolimatta siitä, että venäjän ja kiinan arveltiin tulevaisuudessa olevan entistä merkityksellisempiä suurimmalle osalle niitä jo käyttäville yrityksille, nähtiin myös moni muu kieli tärkeäksi. Lähes kaikki yritykset käyttivät laajasti englantia, mutta arvelivat silti sen

merkityksen kasvavan entisestään. Ruotsin käytön lisääntymiseen uskoi harva jäsenyrittäjä. Tutkimuksessa kysyttiin myös, tuleeko yrityksille jatkossa käyttöä kielille, joita he eivät vielä ole käyttäneet ollenkaan. Myös tässä asiassa venäjän tärkeyteen uskottiin eniten ja lähes joka neljäs yritys arvioikin ottavansa sen käyttöön lähivuosina. (EK 2014, 12.)

Kielitaitoa tarvitaan kaikilla aloilla, mutta työntekijän tehtävistä riippuen kuitenkin esiintyy jonkin verran vaihtelua siinä, kuinka paljon kielitaitoa työntekijä tarvitsee. Palvelualoilla kielitaidon merkitys on erityisen suuri myynti- ja asiakaspalvelutehtävissä, joista jälkimmäistä lähes neljäsosa yrityksistä piti entistä enemmän kielitaitoa vaativana tehtävänä. Teollisuuden ja rakentamisen aloilla kielitaidon merkitys korostui asiantuntijoilla, myyntihenkilökunnalla ja johtotehtävissä. Teollisuusyrityksistä joka kolmas yritys mainitsi myyntityön. (EK 2014, 14–15.)

Venäjä näkyy myös syynä siihen, miksi yritykset arvioivat tarvitsevänsä enemmän kielitaitoa. Noin 13 prosenttia yrityksistä sanoo viennin Venäjälle tai venäläiset asiakkaat olevan syy siihen, että he tarvitsivat venäjän kieltä. Matkailualalla syynä venäjän merkitykseen oli tarve palvella asiakkaita heidän omalla kielellään, kun taas teollisuusyritykset pyrkivät laajentamaan liiketoimintaansa Venäjälle. Merkittävin syy kielitaitotarpeiden kasvuun oli kuitenkin koko toimintaympäristön yleinen kansainvälistyminen. Jopa 27 prosenttia vastaajista ilmoitti yritystoiminnan muuttuneen entistä globaalimmaksi ja työntekijöiden, asiakkaiden kuin myös yhteistyökumppaneidenkin olevan aiempaa kansainvälisempiä. Yhtiöiden toimipisteet voivat sijaita ympäri maailman ja myös Suomessa työtoverina on usein ulkomaalainen. (EK 2014, 16.)

Elinkeinoelämän keskusliiton tutkimus kiteyttää lopuksi keinot, miten Suomi pystyy vastaamaan kansainvälistyvän maailman kielihaasteisiin. Koulun merkitystä korostetaan, vaikka nykyään lapset oppivat kieliä myös muiden kanavien kautta. Tarjotakseen parhaat lähtökohdat kielten oppimiseen, tulee niiden opiskelu aloittaa jo varhain esimerkiksi leikkien muodossa. Valittavissa olevien kielten määrää pitää myös lisätä. Mikäli tämän saavuttaminen jää kiinni liian pienistä ryhmäkoista, tulee oppilaitosten järjestää etäopetusta. Tärkeäksi nähdään myös se, että opettajat tuntevat riittävästi työelämän tarpeita ohjatakseen lapsia ja heidän vanhempiaan kielitaidon tärkeydestä. (EK 2014, 24–25.)

2.1.2 Tutkimus pohjalaismaakuntien yritysten kielitarpeista

Breckle ja Rinne ovat tutkineet pohjalaismaakuntien yritysten tarvitsemaa kielitaitoa. Alueellisena erikoisuutena on suuri ruotsinkielisten määrä, mikä näkyy myös vastauksissa. Lähes 42 prosenttia vastaajista puhui äidinkielenään ruotsia. Muut vastaajat olivat yhtä lukuun ottamatta suomenkielisiä, mutta myös heistä melkein puolet arvioi puhuvansa vähintään hyvin ruotsia. Tutkimuksessa tutkittiin kaiken kokoisia yrityksiä, joista neljännes toimii metalliteollisuuden alalla. Muita eniten edustettuja aloja olivat muun muassa puuteollisuus ja tekstiiliteollisuus. Kaiken kaikkiaan lähes neljännes vastanneista yrityksistä toimii teollisuuden piirissä. Suurin osa vastaajista eli 67 prosenttia edusti yrityksen ylintä ja 22 prosenttia keskijohtoa, eikä työntekijöiden, freelancereiden, myyjien ja toimihenkilöiden vastauksia ollut kuin yksi kultakin. (Breckle & Rinne 2016, 8, 13.)

Vastaajien eniten käyttämät työkielet olivat englanti ja ruotsi. Englantia työssään käytti vähintään viikoittain 90 prosenttia ja ruotsia 75 prosenttia. Huomion arvoista on se, että vaikka kysely tehtiin perinteisesti vahvasta ruotsinkielisyydestä tunnetulla alueella, kohdallaisen suuri osa eli 17 prosenttia käytti ruotsia vain harvoin. Neljänneksi käytetyin kieli oli saksa, jota käytti vastaajista yli 30 prosenttia viikoittain. Täytyy kuitenkin huomioida, että tutkimus oli suunnattu yrityksille, joilla oli liiketoimintaa saksankielisissä maissa eli Saksassa, Itävallassa ja Sveitsissä. Muiden kielten käyttö oli selkeästi harvempaa ja vain venäjä (6 prosenttia) ja ranska (3 prosenttia) olivat viikoittain käytettyjä kieliä. Espanjaa, portugalia, arabiaa, kiinaa ja italiaa käytettiin vain harvoin. (Breckle & Rinne 2016, 15.)

Breckle ja Rinne kysivät vastaajilta myös, mitkä kielet tulevat olemaan tulevaisuudessa entistä merkityksellisempiä. Englannin merkityksen kasvuun uskoi lähes kolme neljästä vastaajasta. Puolet vastaajista vastasi saksan ja noin 45 prosenttia venäjän. Ruotsin ja ranskan merkityksen kasvuun uskoi 36 prosenttia vastaajista. Espanjan mainitsi vielä neljännes, mutta arabian tarpeen ei uskottu lähivuosina muuttuvan. Kiinan vastasi 14 prosenttia. Vastauksia perusteltiin usein lisääntyneellä viennillä ja liikesuhteilla maihin, joissa kieliä puhutaan. (Breckle & Rinne 2016, 17.)

2.1.3 Kansallinen kyselytutkimus englannin kielestä

Jyväskylän yliopiston julkaisemassa kansallisessa tutkimuksessa englannin kielestä Suomessa vastaajat arvioivat, mitkä kielet voisivat nousta englannin rinnalle kansainväliseksi kieliksi Suomessa vuonna 2027. Kolmannes vastaajista ei ilmoittanut mitään kieltä, mutta venäjä ja saksa saivat eniten mainintoja. Muutkin mainitut kielet olivat lähinnä eurooppalaisia suuria kieliä. Tutkimus kattoi ahvenmaalaisia lukuun ottamatta kaikki 15–79 -vuotiaat suomalaiset, eli perusjoukkoon kuului kaikkiaan 3,9 miljoonaa ihmistä (Leppänen ym. 2009, 22, 139.)

Tutkimuksessa selvitettiin myös vastaajien eniten työssään käyttämiä kieliä. Englantia käytti 41 prosenttia vastaajista, ruotsia 18 prosenttia ja saksaa 5 prosenttia. Venäjää ja ranskaa käytti alle 2 prosenttia tutkimukseen vastanneista henkilöistä. Espanjaa ja italiaa käytti noin puoli prosenttia. Noin 12 prosenttia käytti töissä ainoastaan äidinkieltään (Leppänen ym. 2009, 41–42.)

2.1.4 Tutkimus Pohjois-Karjalan yritysten kansainvälistymisestä

Karelia-ammattikorkeakoulu selvitti avainkumppaniyritystensä kansainvälistymistä, jonka ohella käsiteltiin myös tärkeimpiä kieliä kyseisissä yrityksissä. Kyselyyn vastasi 48 paikallista yritystä, minkä lisäksi haastateltiin vielä kymmentä yritystä. Tärkeimmiksi kieliksi 98 prosenttia vastaajista mainitsi englannin, 82 prosenttia venäjän ja puolet ruotsin. Kolmannes vastaajista piti saksaa tärkeänä ja ranskaa hieman yli viidennes. (Airola 2014, 8, 52.)

Venäjän läheisyys näkyy selvästi Pohjois-Karjalan maakunnassa toimivien yritysten kielitarpeissa ja venäjän kieli selvästi haastaa englantiä tärkeimpänä kielenä. Majoitus- ja ravintola-alalla venäjä oli yhtä tärkeä kuin englanti, mutta sosiaali- ja terveystalveta tarjoavissa yrityksissä venäjä oli tärkein kieli. (Airola 2014, 51–53.)

2.1.5 Yhteenveto tutkimuksista

Kaikille tutkimuksille oli yhteistä, että tietyt kielet nähtiin tärkeinä työelämässä. Englanti on vakiinnuttanut paikkansa olennaisena osana lähes jokaisen työntekijän arkea ja

lähes jokaisella alalla. Englannin kielen käyttö ei rajoitu asiantuntijoihin tai johtoportaan, vaan sitä käyttävät myös suorittavaa työtä tekevät henkilöt.

Muita suomalaisessa työelämässä tärkeitä kieliä ovat ruotsi, saksa ja venäjä. Tutkimuksista osa oli tehty alueellisesti, mikä toi esiin eri alueiden erilaiset kielitarpeet. Pohjois-Karjalassa venäjä on tärkeämpi kuin muualla maassa, kun taas pohjolaismaakunnissa ruotsia tarvitaan muutama maata enemmän ja venäjän käyttö on vähäistä. Venäjän kielen merkitys on jo laajasti tunnustettu, etenkin matkailu- ja majoitusallalla, mutta sen uskotaan tulevan tärkeämmäksi lähivuosina kiinan kielen ohella.

2.2 Perinteisesti tärkeimmät kielet Suomessa

Seuraavaksi tarkastellaan joitakin Suomessa merkityksellisiä kieliä liike-elämän näkökulmasta. Käsiteltävät kielet ovat valittu aiemmin esiteltujen tarvetutkimusten tulosten perusteella, mutta kaikki niistä olisi voinut valita useista eri syistä. Jokaisella niistä on oma paikkansa Suomen historiassa kuin myös ulkomaan kaupassa. Tämän lisäksi myös lyhyesti tarkastellaan muita kieliä, jotka ovat nousseet esiin tutkimuksissa.

2.2.1 Englanti ja sen rooli maailmankielenä

Yritykset näkevät englannin osaamisen välttämättömäksi ja jopa yleiskielenä, jota käytetään niin kansainvälisissä kontakteissa kuin myös paikallisesti Suomessa. Myös julkinen sektori kokee tarvitsevänsä englannin kieltä. (Martin ym. 2013, 49–50.) Vaasan yliopiston Levón-instituutin tekemässä tutkimuksessa eräs yritys vastasi, että mitä ylemmäs johdossa mennään, niin sitä tärkeämpää on kattava kyky kommunikoida englanniksi (Martin ym. 2013, 29).

Suomessa englannin kieli on muuntautunut vieraasta kielestä, jolla vain kommunikoi ulkomaalaisten kanssa, välttämättömäksi osaksi monen arkea. Ulkomaalaisten ja vieraiden kielten puhujien määrä on kasvanut koko ajan, mutta englantia ei opiskella siitä syystä, että Suomeen muuttaisi lukumäärällisesti paljon englantia äidinkielenään puhuvia ihmisiä. Englannin merkitys perustuu yhteiskunnan työpaikkojen kansainvälistymiseen, globaaliin talouteen, kaupungistumiseen. Sitä tukee kulttuurien rajattomuus ja uudenlaiset viestintäkeinot. (Leppänen ym. 2009, 15.)

David Crystal on teoksessaan *English as a Global Language* pohtinut englannin roolia maailmankielenä ja sitä, tuleeko se jatkossa pitämään asemansa. Crystalin mukaan kielen asemaa yleiskielenä eli olla *lingua francana*, ei mahdollista sitä äidinkielenään puhuvien valtioiden määrä tai kielen helppous, vaan se on monen tekijän yhteisvaikutusta. Ensinnäkin kielellä täytyy olla erikoisasema ympäri maailman. Tämä ei tarkoita kielellä välttämättä olevan minkäänlaista virallista asemaa, mutta silti se todennäköisesti on ensimmäinen vieras kieli, joka opitaan. Toiseksi, on merkitystä ketkä kieltä puhuvat. Latinasta ei tullut yleiskieltä vuosisadoiksi sen puhujamäärän takia, vaan koska kielen käyttäjät olivat voimakkaita hallitsijoita. (Crystal 2003, 4, 7–9.)

Crystalin mukaan sotilasvoimalla voi kyllä saavuttaa yleiskielen aseman, mutta sen pitämiseksi tarvitaan vahva talous. 1800-luvulla Britanniasta tuli teollisuuden edelläkävijä ja globaali kaupankäynti yleistyi, mikä sittemmin pisti liikkeelle poliittisen imperialismin, joka levitti englantia laajalle. 1900-luvulla nousi uusi talouden supermahti, Yhdysvallat ja sen rahayksikkö dollari. Yhdysvaltojen tukena olivat uudet viestintävälineet ja massaviihde – elokuvat, televisio, musiikki ja radio. (Crystal 2003, 10.)

2.2.2 Ruotsi, toinen kotimainen kieli

Ruotsi on Suomen toiseksi tärkein kauppakumppani (Tullitilastot 2017, 33). Perustulossa ja kielilaissa turvataan ruotsille yhtäläinen asema suomen kielen kanssa. Tarkoituksena mahdollistaa tasapainoinen elämä saamalla käyttää tuomioistuimissa ja viranomaisten kanssa omaa kieltään. (Perustuslaki 1999, 2 luku 17 §; Kielilaki 2003, 2§.)

Ruotsi on käytetyin kieli suomen ja englannin jälkeen Elinkeinoelämän keskusliiton jäsenyryyksissä (EK 2014, 24). Tästä huolimatta ruotsin kielen asema on heikentynyt ja vuonna 2013 vain noin puolet pitää ruotsin osaamista hyödyksi Suomen taloudelle. Alueellisesti kielellä on kuitenkin tärkeä asema usein länsirannikolla. Suuria yrityksiä kielen alueellinen merkittävyys ei kuitenkaan kosketa niiden kansainvälisyyden takia. (Martin ym. 2013, 34, 42.) Suurin osa suomalaisista pitää englannin osaamista hyödyllisempänä kuin ruotsin (Leppänen ym. 2009, 66).

Vaasan yliopiston Levón-instituutin tekemän tutkimuksen mukaan julkisten palvelujen työtehtävien kielivaatimukset, suomen lisäksi ruotsin kielen osaaminen, vaikeuttaa etenkin maahanmuuttajien työllistymistä. Toisaalta yksityisissä kansainvälisissä yrityk-

sissä ei välttämättä tarvitse kumpaakaan kotimaista kieltä, jos muu ammatillinen osaaminen on kunnossa. (Martin ym. 2013, 25.)

Ruotsin kielen pakollisuus suomalaisessa koulutusjärjestelmässä herättää paljon tunteita ja keskustelua. Ruotsin muuttamista valinnaiseksi oppiaineeksi perustellaan muun muassa jo muutenkin raskaalla kielitaakalla, rajallisten resurssien määrällä ja kansainvälistyvällä maailmalla. Suomalainen opiskelee läpi koko koulu-uransa englantia ja ruotsia, jolloin ylimääräisten kielten opiskelu koetaan raskaaksi. (Rostila 2014, 14–15, 51). Ruotsin pakollisuus voi myös haitata pääsyä opiskelemaan korkeakouluihin ja nuorta kiinnostaville aloille. Motivaatio ruotsin opiskeluun on vähäistä etenkin suomenkielisten poikien ja vähän koulutettujen vanhempien lasten parissa. (Rostila 2014, 81–82.)

2.2.3 Saksa, tärkeä kauppakumppani

Saksaa puhuu maailmassa äidinkielenään liki 77 miljoonaa ihmistä, ja Saksa on Suomen selkeästi tärkein kauppakumppani. (Paul & Simons & Fennig 2016; Tullitilastot 2017, 33). Vaasan yliopiston opetus- ja muun asiantuntijatason henkilökunnan mukaan saksan merkitys on oleellinen etenkin vientiyrityksissä ja EU-tehtävissä. Alueen yritykset puolestaan nostivat saksan kielen yhdeksi nousevaksi tulevaisuuden kieleksi, jonka puhujille on paljon kysyntää. (Martin ym. 2013, 34–42.) Pohjalaismaakuntien yritysten saksan tarvetta käsitelleessä tutkimuksessa 67 prosenttia vastaajista arvioi työnsaantimahdollisuuksien paranevan saksan osaamisen myötä. Vastaajien mukaan saksaa osaavaa henkilökuntaa on vaikea saada ja kielitaito on tärkeää tehtäessä kauppaa saksankielisiin maihin. Osa kertoi saksan olevan plussaa, mutta englantikin riittää liikesuhteisiin. Suurin osa vastaajista oli yrityksen ylintä johtoa. (Breckle & Rinne 2016, 18.)

Alakouluissa on vuodesta 1994 voinut valita vapaaehtoisen pitkän kielen. Alkuun suosittu mahdollisuus on kuitenkin vähentynyt huomattavasti kielivalintojen kaventumisen ja säästöjen myötä. Tästä pahiten on kärsinyt saksan kieli. Sama näkyy myös yläkoulussa alkavan vapaaehtoisen B1-kielen valinnassa, jossa saksaa opiskelevien osuus oli vähentynyt neljännekseen siitä, mitä se oli 1990-luvulla. (EK 2014, 18–19.) Tämä näkyy myös ylioppilaskirjoituksissa, joissa saksan kielen kirjoittaneiden abiturienttien määrä on vähentynyt yli 50 prosenttia vuosikymmenen takaisesta (Vieraiden kielten suosio. 2017).

Saksalainen kulttuuri koetaan Suomessa kiinnostavaksi ja läheiseksi. Hieman yli puolet saksaa lukeneista yliopisto-opiskelijoista luki kieltä työllistymismahdollisuuksien takia, mutta lähes 35 prosenttia valitsi sen saksalaisen kulttuurin takia. Kulttuurilla tutkimuksessa tarkoitetaan laueasti kiinnostusta maiden yhteiseen historiaan, kirjallisuuteen, viihteeseen ja maantietoon. (Hurskainen & Ylönen 2015, 81.)

2.2.4 Venäjän kielen merkitys kasvaa

Venäjän osuus Suomen ulkomaankaupasta on vähentynyt muutamassa vuodessa kymmeniä prosentteja, mutta maa on edelleen kolmanneksi tärkein (Tullitilastot 2014; Tullitilastot 2017). Maailmassa on yli 170 miljoonaa venäjänkielistä ihmistä, minkä lisäksi venäläistaustaiset ovat myös suurin vieraskielinen ryhmä Suomessa liki 80 000 ihmisellä vuoden 2015 lopussa. Venäläiset ovat myös selvästi ahkerimmin Suomeen matkustava joukko, vaikka matkoilla tapahtuva kulutus onkin kääntynyt laskuun. (Paul & Simons & Fennig 2016; Joka kymmenes 25–44-vuotias on ulkomaalaistaustainen. 2016; Suomessa vieraili 7,4 miljoonaa matkailijaa. 2016.)

Elinkeinoelämän keskusliiton tutkimuksessa jäsenyritykset arvioivat venäjän kielen tarpeen kasvun olevan suurinta. Tarpeen arvioitiin lisääntyvän jokaisella alalla, mutta palvelualalla muita enemmän. Tutkimuksen mukaan kielen tarve tulee olemaan niin huomattavaa, että se asettaa vaatimuksia koko suomalaiselle koulutusjärjestelmälle. (EK 2014, 12). Myös Vaasan yliopistossa tehdyssä tutkimuksessa tutkitut suuret yritykset pitivät venäjää tulevaisuudessa kasvavassa määrin tarpeellisena kielenä. Palvelualan lisäksi venäjää näkivät yritykset, joilla oli liiketoimintaa Venäjälle tai halusivat laajentaa sinne. Venäjän kielen taitajien rekrytoiminen on kuitenkin koettu vaikeaksi, sillä työntekijöiltä odotetaan venäjän lisäksi suomen kielen ja alan tuntemusta. (Martin ym. 2013, 27, 33.)

2.2.5 Muita oleellisia kieliä

Kansainväliset liikesuhteet hoidetaan yleensä englanniksi, ja muita kieliä käytetään vain, jos vastapuoli ei puhu englantia. Tällöin myös muiden kielten osaaminen on tärkeää. Vaasan seudun suurissa yrityksissä on huomattu, että etenkin espanjan ja portugalilaisen Amerikan valtioissa ei usein riitä pelkkä englannin kieli. Myös kiinan merkityksen nähdään kasvavan Suomessa ja

se on finanssialalla tärkeä, mutta kieli koetaan vaikeaksi. Tästä syystä yritykset mielusti turvautuvat täällä asuviin kiinalaisiin tai käyttävät Kiinan toimipisteissä työskentelevää paikallista henkilöstöä. (EK 2014, 11; Martin ym. 2013, 34.)

Ranskan kieltä pidetään tärkeänä lähinnä uraa Euroopan unionissa ajatellen ja jossain määrin myös, koska ranskasta voi olla apua myös Euroopan ulkopuolella (Martin ym. 2013, 52). Viron kieltä käytetään paljon etenkin rakennus- ja kone- ja metallituoteteollisuudessa, joissa se on erityisesti työntekijöiden käyttämä kieli (EK 2014, 11).

2.3 Kielitaidon yksipuolistuminen

Työelämässä tarvitaan entistä monipuolisempaa kielitaitoa, mutta kielten opetus ja kielivalinnat ovat yksipuolistuneet. Vapaavalintaisia kieliä opiskellaan 2010-luvulla huomattavasti vähemmän kuin 1990-luvun puolivälissä. (Kangasvieri & Miettinen & Kukkohovi & Härmälä 2011.) Kuitenkin Euroopan komission alaisen Eurostatin tekemän tutkimuksen mukaan suomalaisissa työikäisissä on luxemburgilaisten jälkeen eniten useaa kieltä osaavia, kolmea tai useampaa (Foreign language skills statistics 2015). Tästä huolimatta Euroopan komission tuottaman Eurobarometrin mukaan suomalaiset suhtautuvat negatiivisimmin siihen, että jokainen Euroopan unionin alueella asuva osaisi vähintään kahta vierasta kieltä. Suomalaisista ajatusta kannattaa ainakin jossain määrin 37 prosenttia ja esimerkiksi ruotsalaisista 71 prosenttia. Espanjalaisista jopa 94 prosenttia. (Europeans and their languages 2012, 114.)

Myös yrityksissä on huomioitu kielitaidon yksipuolistuminen ja se, ettei kouluissa opiskella muita kieliä englannin lisäksi (Martin ym. 2013, 39). Suomen väestön koon ja aseman takia olisi suomalaisten hyvä osata muitakin kieliä. Kielitaitoa on pyritty laajentamaan useiden kampanjoiden ja komiteoiden avulla jo pitkään, esimerkiksi vuonna 2008 käynnistynyt Kielitivoli-hanke. Muun kuin englannin valinta ensimmäiseksi kieleksi, A1-kieleksi, on mahdollista lähinnä suurissa kaupungeissa ja yksityisissä oppilaitoksissa. Vuonna 2015 yli 90 prosenttia kolmasluokkalaisista opiskeli englantia A1-kielenä. Noin prosentin verran opiskeltiin saksaa ja ranskaa. Vantaalla kaikki aloittavat kieltenopinnot englannilla. Lukioon mentäessä jopa 99 prosenttia on pitkänä kielenä englanti. (Liiten 2017, C8-C9.) Kielten opetus jakautuu Suomessa epätasa-arvoisesti, koska usein vain Etelä-Suomessa on mahdollista opiskella useita kieliä. Mahdollisuus kielten opiskeluun ei välttämättä riipu kunnasta, vaan myös rehtorien näkemykset opettavista kielistä vaikuttavat asiaan. (Holvas 2015.)

Vapaaehtoista pitkää kieltä on voinut lukea alakouluissa vuodesta 1994, jonka jälkeisinä vuosina etenkin saksaa luettiin innokkaasti. 2000-luvulle tultaessa kieliä valittiin vähemmän ja niiden tarjonta väheni. Sama toistuu myös yläkoulussa ja lukiossa. Vuonna 1996 saksan kirjoitti ylioppilaskokeissa 13 600 henkilöä, kun vuonna 2012 vain 2200. (EK 2014, 18-20.) Aiemmin opitulla kielellä on myös vaikutusta sen jälkeen opittaviin kieliin. Vaikutus on yleensä positiivinen, kuten on huomattu Suomessa toteutetuissa ruotsin kielen kielikylvyissä, joissa olleet lapset ovat kokeneet seuraavan kielen oppimisen helpommaksi. (Laurén 2008, 11.)

Tiedemaailmassa on herätty ongelmaan, että vaikka englantia on tieteen ykköskieli, tutkijat viestivät myös omalla kielellään ja tieto ei kulje englanninkieliseen tiedemaailmaan. Tutkimusta haittaavat etenkin, jos ei-englanninkielisissä tutkimuksissa ei ole englanniksi tehtyä tiivistelmää tai hakusanoja. (Amano & González-Varo & Sutherland 2016.) Vuonna 2014 kiinalaiset tiedemiehet huomasivat H5N1-lintuinfluenssan tarttuvan myös sikoihin, mitä pidettiin huolestuttavana, sillä sioista virus saattaisi levitä ihmisiin helpommin kuin lintujen kautta. Tieto ei kuitenkaan levinnyt Kiinan ulkopuolelle, koska se julkaistiin vain kiinaksi pienessä kiinalaisessa eläinlääketieteen lehdessä. (Panko 2017.)

Kieliä on totuttu opettamaan ajatuksella, että niitä tullaan käyttämään ihmisten kanssa, jotka sitä äidinkielenään puhuvat. Kuitenkin useimmiten, kun suomalainen käyttää englantia, se ei tapahdu syntyperäisesti englantia puhuvan kanssa. Tällöin siis molemmat puhuvat itselleen vierasta kieltä. (Ahvenainen 2013, 34.) Euroopan neuvoston julkaisema Eurooppalainen viitekehys korostaa, että kielitaito on aina epätäydellistä – oli kyseessä sitten opeteltu vieras kieli tai äidinkieli. Tietous kielestä ei ole niin ihanteellinen ja kehittynyt kuin voi kuvitella. Tätä pitäisi korostaa opintosuunnitelmissa. (Euroopan neuvosto, 232.) Hyvin vaillinainenkin kielitaito voi olla suuri apu jossain tilanteessa ja sitä pitää kehittää koko ajan.

Täytyy kuitenkin muistaa, että kielitaitoon kuuluu muutakin kuin pelkkä kieli. Siinä missä ammatillisilla aloilla teoreettinen ja kokemuseräinen osaaminen on tärkeää, jotta ymmärretään vieraskielisiä ammattiin liittyvää materiaalia, tarvitaan myös arkielämää koskevaa tietoutta. Tällainen tieto kulttuureista kattaa muun muassa päiväjärjestyksen, ruoka-ajat, liikennevälineistön, tabut ja uskomukset. (Euroopan neuvosto, 30–31.) Työmarkkinoilla tiedetään kielitaidon olevan muutakin kuin vain yksittäisen kielen hyvä

hallitseminen tai suurten eurooppalaisten kielten osaaminen. Kielitaito on erilaisia kompetensseja, repertuaareja ja resursseja. Kielitaidon käsite on nykyään niin laaja, että siihen kuuluu myös kulttuurien ja elintapojen tuntemus (Saarinen & Härmälä 2012, 137–138, 140.). Merkitystä on myös opiskelijan omalla motivaatiolla. Kielenoppijan pitää ymmärtää, että kielitaito on osa hänen ammattitaitoaan ja että sen avulla menestyy tulevaisuudessa. (Scheinin 2014, 11.)

2.4 Ammattikorkeakoulujen kieltenopetus

Opiskelijat oppivat kieliä monilla eri tavoin myös pakollisten kieliopintojen ulkopuolella. Opiskelijat voivat valita tutkintoonsa valinnaisia kieliä, ja vierasta kieltä käytetään myös muiden aineiden opetuskielenä sekä opetusmateriaaleissa. Opiskelijalla itsellään on kuitenkin vastuu kasvattaa ja ylläpitää kielitaitoa, eikä vain rajallisilla resursseilla toimivilla oppilaitoksilla. (Martin ym. 2013, 40.)

Korkeakoulujen tehtäviin monikielisessä tietoyhteiskunnassa kuuluu kouluttaa ammattilaisia kansainvälistyvän maailman muutuviin haasteisiin (Huhta & Johnson & Lax & Hantula 2006, 7). Valtioneuvoston ammattikorkeakouluista antamassa asetuksessa määritetään ammattikorkeakoulututkintoon johtavien opintojen yhdeksi tavoitteeksi, että tutkinnon suorittaja saa tarvittavan viestintä- ja kielitaidon oman alansa tehtäviin ja kansainväliseen työhön. Asetuksessa myös mainitaan, että tutkinnon suorittajan tulee saavuttaa yhden tai kahden vieraan kielen taito ammatillisen kehityksen vuoksi. (Valtioneuvoston asetus ammattikorkeakouluista 2014, 4–7 §.)

Korkeakoulujen kielten opetus on alakohtaista ja pyrkii huomioimaan työelämän sille asettamat tarpeet. Ruotsin opetus huomioi myös vaatimukset julkishallinnon työntekijöiltä vaadittuun toisen kotimaisen taitoon. Korkeakoulun ruotsin kurssit ovat B1–B2 tasoa, jolloin opiskelijoiden lähtötason pitää olla vähintään A2, mikä on monelle haaste. (Ainonen 2013, 60.) Eurooppalaisessa viitekehyksessä kielen osaaminen jaetaan kuudelle taitotasolle. Niistä A1 on ensimmäinen ja tarkoittaa perustason kielenkäyttäjää, alkeistasoa. C2 taas hyvin edistynyttä, erittäin taitavaa kielenkäyttäjää. (Euroopan neuvosto 2014, 48.)

Yhtenäistääkseen eurooppalaisia korkeakoulututkintoja ja tehdäkseen niistä helpommin vertailtavia, Euroopan neuvosto on kehittänyt Eurooppalaisen viitekehyksen. Sen tärkein anti liittyy kielitaidon arvioimiseen ja taitotasoasteikkoihin, mutta viitekehys si-

sältää myös yleisemmällä tasolla ohjeistusta kielten opiskeluun. Yksi korostettu asia on plurilingvaalinen lähestymistapa, jossa kielten ja kulttuurien tuntemus nähdään kokonaisuutena. Kaikki opitut kielet muokkaavat yksilöä, tukevat toisiaan ja muodostavat laajan kommunikaatiokyvyn. Euroopan neuvosto on jo pidemmän aikaa ajanut yksilökeskeisempää opetus- ja opiskelutapaa, jossa opiskelijan tavoitteet kielten opiskelussa tyydytetään huomioiden myös hänen persoonansa. (Euroopan neuvosto 2014, 23, 197.)

Taulukko 1. Kielten opetus keväällä 2017 oppilaitoksittain (Paukkeri 2017; Metropolia Lukkari-kone; Ruponen 2017).

Kieli	Ammattikorkeakoulu		
	Metropolia	Laurea	Haaga-Helia
Ruotsi	x	x	x
Ranska	x	x	x
Saksa	x	x	x
Espanja	x	x	x
Venäjä	x	x	x
Japani	x		
Englanti	x	x	x
Kiina			x

2.5 Pääkaupunkiseudun erityispiirteet

Pääkaupunkiseudun erityispiirteistä selkein on alueen väestön koko verrattuna Suomen muihin kaupunkeihin ja keskittymiin. Pääkaupunkiseudulla asuu noin 1 176 000 ihmistä, mikä on koko Suomen väkiluvusta yli 21 prosenttia. Vieraskielisten osuudet ovat Helsingissä, Espoossa ja Vantaalla 13,30–14,40 prosenttia kaupunkien väestöstä, mutta osuuden esimerkiksi Vantaalla odotetaan nousevan 28 prosenttiin 15 vuodessa. Nykyään Helsingissä puhutaan jo yli sataa eri kieltä. (Helsingin seudun vieraskielinen väestö tuplaantuu 2016; Espoolaisia on nyt 275 000 2016; Helsingissä puhutaan jo toista sataa kieltä 2015.) Muutenkin muuttoliikenne on suurinta pääkaupunkiseudulla (Kytö & Kral-Leszczynska 2013, 38).

Lähes jokaisen pörssiin listatun ja Suomen suurimman yrityksen kotipaikka on pääkaupunkiseudulla, yleensä Helsingissä tai Espoossa. (Espoo ja Helsinki jylläävät isojen yritysten listalla 2015). Helsingin seudun kauppakamarin jäsenyrityksilleen joulukuussa 2016 tekemän tutkimuksen mukaan lähes jokaisessa suuremmissa yrityksessä on vieraskielistä henkilöstöä. Yli 50 henkilöä työllistävässä yrityksessä melkein kaikissa. (Monimuotoisuudesta yritysten kasvun vauhdittaja. 2017.)

Suurissa kaupungeissa asuu keskimäärin kouluttautuneempia ihmisiä ja se vaikuttaa siihen, kuinka paljon henkilö on opiskellut kieliä. Pienillä paikkakunnilla vastaavasti asuu enemmän vain ammatillisen koulutuksen saaneita ja vähemmän kieliä opiskelleita ihmisiä. (Leppänen yms. 2009, 39.) Kauppakamarin joulukuussa 2016 tekemän selvityksen mukaan vieraskielinen työvoima on auttanut yrityksiä kansainvälistymään, parantamaan asiakastytyväisyyttä ja kieliosaamista (Monimuotoisuudesta yritysten kasvun vauhdittaja 2017). Euroopan sisältä Suomeen muuttaneista ihmisistä 60 prosenttia tuli työpaikan takia, joista yli neljännes oli erilaisia ammattilaisia ja tutkijoita (Suomen maaraportti 2016, 55).

2.6 Tulevaisuudennäkymiä

Helsingin Opetuslautakunta kannattaa vieraan kielen aloittamista jo ensimmäiseltä luokalta, koska parhaat oppimistulokset kielissä syntyvät opiskelun alkaessa ennen kuin lapsi täyttää yhdeksän vuotta. Tämä tarkoittaisi, että kielten opiskelu aikaistuisi helsinkiläisissä kouluissa kahdella vuodella. Aikaistettua kielenopetusta on jo tällä hetkellä tarjolla osassa kouluja. (Opetuslautakunta 2016.) Emeritus opetusneuvokset Mustaparta ja Jääskeläinen kirjoittavat, että Suomen kielitaitovarannon monipuolisuutta heikentää pakollinen ruotsin opiskelu. Suomi ja ruotsi ovat molemmat pieniä ja pienellä rajatulla alueella puhuttuja kieliä. Siksi niiden ja englannin lisäksi tarvitaan muita suuria kieliä, kuten venäjää, kiinaa, japania, saksaa ja espanjaa. (Mustaparta & Jääskeläinen 2017.) Hallitus myös valmistelee alueellisia kokeiluja kielivalikoiman kasvattamiseksi, missä toista kansalliskieltä ei vaadittaisi opittavaksi (Valtioneuvosto 2016).

Muutokset työelämässä näkyvät siinä, että tiedot ja taidot vanhenevat nopeasti. Työmarkkinat odottavat ihmisten kehittävän omaa osaamistaan jatkuvasti. (Saarinen & Härmälä 2012, 139.) Kielitaito avaa uusia mahdollisuuksia osaajille. Kielitaito on tapa saavuttaa uusia tehtäviä ja päästä ulkomailla sijaitseviin toimipisteisiin, joissa vaaditaan kielten hallitsemista. (Martin ym. 2013, 29.) Henkilökohtaiset kontaktit säilyvät liike-

elämässä tärkeänä, mutta erilaiset internetin kautta toimivat työkalut kuten Twitter, LinkedIn ja Skype kehittyvät ja uusia innovaatioita syntyy yhdistämään yrityksen asiakkaiden kanssa (Seppälä & Stenbacka 2015, 2).

Pääkaupunkiseudun kolme suurta ammattikorkeakoulua tiivistävät paraikaa yhteistyötään. Haaga-Helian, Metropolian ja Laurean tavoitteena on, että opiskelija pystyy valitsemaan kursseja kustakin korkeakoulusta. Tämä mahdollistaa sen, että oppilaitokset pystyvät keskittymään ydinosaamiseensa ja tarjoamaan opiskelijoille kattavammat välineet kohti työelämää. (Haaga-Helian, Laurean ja Metropolian strateginen liittouma 2016.)

3 Tutkimuksen kohteet ja toteutus

3.1 Markkinoinnin ammattilaiset

Akavaan kuuluva Myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset MMA toimii edunvalvontajärjestönä markkinoinnin, myynnin ja ostoalan ammattilaisille. MMA tarjoaa jäsenilleen muun muassa tukea työelämää, monipuolisesti koulutusmahdollisuuksia ja oman työtömyyskassan. Ammatillisena etujärjestönä liitto ajaa yli 27 000 jäsenensä yhteiskunnallisia, taloudellisia ja ammatillisia etuja. Suomessa markkinointitehtävissä työskentelee noin 20 000 ihmistä, joista puolet Uudellamaalla. (Mikä liitto? 2017; Röksä 2017.)

Markkinointiviestinnässä työskentelee noin 3000 henkilöä mainostoimistoissa ja media-toimistoissa, joista suurin osa on pääkaupunkiseudulla ja muissa suurissa kaupungeissa. Kaikki suurimmat kansainväliset mainostoimistot toimivat Suomessa, mutta myös suomalaisilla mainostoimistoilla on kansainvälisiä asiakkaita ja ne pyrkivät ulkomaille. Myös muilla aloilla toimivat yritykset työllistävät markkinointihenkilöitä. Yleensä suurissa yrityksissä työskentelee useitakin ihmisiä markkinointitehtävissä tai kokonainen osasto, mutta pienemmissä yrityksissä markkinointi voi olla henkilön sivutoimi. (Mainos- ja markkinointityö. 2017; Miksi alalle? 2017.)

3.2 Myyntityön ammattilaiset

Pääkaupunkiseudulla työskentelee neljäsosa kaikista Suomen myyntihenkilöistä, noin 15 000 ihmistä (Röksä 2017). Myyntityö on usein vuorovaikutusta asiakkaan kanssa,

jolloin kielitaidon tarve korostuu. Tällöin täytyy olla kykenevä kommunikoimaan ja suoriutumaan tehtävistään vieraalla kielellä. Esimerkiksi neuvotteluissa pitää pystyä vaikuttamaan kielitaidollaan. (Martin ym. 2013, 29–30.) Myydessä ja markkinoidessa tuotteita suomalaisille tärkein työkieli on suomi (Jäppinen 2010, 12).

Erinomaista ammatillisen sanaston hallintaa tarvitaan kirjoitettaessa tarjouksia, tilauksia, tiedotteita, reklamaatioita ja raportteja. Kieliopin lisäksi kielenkäyttäjän tulee osata luoda muodollista tekstiä ja käyttää sitä tilanteiden vaatimalla tavalla väärinymmärryksien välttämiseksi. Tämä kysyy henkilöltä monipuolisia vuorovaikutus- ja kulttuurienvälisen viestinnän taitoja. (Kosonen 2016, 13.)

3.3 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusongelmana on se, mitä kieliä pääkaupunkiseudulla työskentelevät markkinoinnin ja myynnin ammattilaiset tarvitsevat työssään. Tämän lisäksi haetaan vastausta siihen, miten kielitarpeiden uskotaan lähivuosina muuttuvan, saavatko vastaajat työnantajan tarjoamaa kielikoulutusta. Koska kyseessä on alueellisesti rajattu tutkimus, on vastaajilta tiedusteltu alueen mahdollisia erityispiirteitä. Tutkimuksessa myös sivutaan sitä kuinka hyvin ammattikorkeakoulujen kielitarjonta vastaa työelämän kysyntään. Tutkimuksesta saatuja tuloksia verrataan pääkaupunkiseudulla liiketalouden tradenomiopintoja tarjoavien ammattikorkeakoulujen eli Haaga-Helian, Metropolian ja Laurean kevään 2017 kielitarjontaan.

Tutkimusongelmaa lähestytään kvantitatiivisesta näkökulmasta, jotta kerättyä aineistoa pystyy esittämään numeerisesti ja vertaamaan opinnäytetyön teoriapohjassa esiteltyihin tutkimuksiin. Tutkimuksessa on myös laadullisen tutkimuksen piirteitä, kuten avoimia kysymyksiä lomakkeessa. Niiden tarkoituksena on syventää aihetta ja tuoda siihen ammattilaisten kokemuksen tuomaa näkökulmaa. Heikkilän (2014, 14–15) mukaan kahden eri tutkimusotteen käyttäminen voi auttaa syventämään tutkimusta.

Kvantitatiiviset eli määrälliset tutkimukset vastaavat monesti kysymyksiin ”mikä?”, ”kuinka usein?” ja ”kuinka paljon?” eli lukumäärin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiin. Tutkittavan ominaisuuden mittauksessa käytetään välimatka- tai suhdeasteikkoa ja tuloksia monesti havainnollistetaan kuvioin ja taulukoin. Saatuja tuloksia yleistetään koskemaan tutkittavaa otosta suurempaan joukkoon tilastollisen päättelyn keinoin. (Holopainen & Pulkkinen 2013, 21; Heikkilä 2014, 15.)

Otantatutkimuksessa otoksella pyritään kuvaamaan koko perusjoukkoa ikään kuin pienoiskoossa. Se kuitenkin vaatii, että perusjoukon jokainen yksikkö olisi mahdollista tavoittaa ja valita tutkimukseen. Tutkittavaa joukkoa kutsutaan näytteeksi, kun edellä mainittu vaatimus ei täyty. (Holopainen & Pulkkinen 2013, 29.) Koska kaikki markkinoinnin ja myynnin työntekijät eivät ole tavoitettavissa, tutkitaan harkinnanvarainen näyte.

Kyselytutkimuksen vastaukset analysoidaan SPSS -ohjelmistolla. Vastauksista ajetaan ohjelmistolla aihealueittain vastaajien lukumäärät ja frekvenssijakaumat sekä osa materiaalista ristiintaulukoidaan. Ristiintaulukoinnilla voidaan selvittää kahden luokitellun muuttujan välistä yhteyttä tai riippuvuutta. (Heikkilä 2014, 142–143, 198, 200.) Luokittellessa aineistoa luokittelussa kannattaa luokkaväleiksi valita pyöreitä lukuja tasavälisesti ja sopiva luokkien määrä on 4–10. Tasavälinen luokittelu ei sovi siinä tilanteessa, jos muutama arvo on hyvin poikkeava. (Pulkkisen & Holopaisen 2013, 51.)

3.4 Aineiston keruu ja tutkimuksen toteutus

Erilaiset nettikyselyt ovat yleistyneet tutkimusten tekemisessä. Niiden tärkeimpänä hyötynä pidetään sitä, että saadut tulokset ovat valmiiksi sähköisessä muodossa analysoitavaksi tilasto-ohjelmalla. Myös internetin kautta tehtävien kyselyiden monipuolisuus avaa mahdollisuuksia. Esimerkiksi E-lomakkeessa kyselyyn voi liittää mukaan ääni- ja videoaineistoa. (Saastamoinen & Olkkonen 2012, 22; Pahkinen 2012, 215.) Ongelmana sen sijaan pidetään nettikyselyiden kohdentamista juuri haluttuun joukkoon ja sitä, miten tieto kyselystä saadaan heille (Heikkilä 2014, 17).

Pääkaupunkiseudulla toimivien yritysten myynnin ja markkinoinnin ammattilaisille tehtiin kysely E-lomakkeella. Tieto kyselystä saatiin vastaajille lähettämällä heille sähköpostitse linkki verkkokyselyyn. Sähköpostissa oli mukana saatekirje (Liite 1), jossa kerrottiin kyselyn tarkoitus ja kuinka kauan vastaaminen kestää. Lomake (Liite 2) on puolistrukturoitu, jolloin taustakysymykset ja muut määrällistä otetta tarvitsevat kysymykset ovat valmiilla vastausvaihtoehdoilla ja muutamat syventävää näkökulmaa avaavat ovat avoimina vastausvaihtoehtoina. Taustakysymyksissä selvitetään vastaajien ikä, äidinkieli, yrityksen toimiala sekä työskenteleekö hän markkinoinnin, myynnin vai molempien parissa. Taustakysymykset ovat lomakkeen lopussa ja lomakkeessa mainitaan niiden olevan vain tilastollista analyysia varten.

Lomakkeen rakenne on yksinkertainen ja ei sisällä liikaa tekstiä, jolloin vastaaja pystyy sen nopeasti silmäilemään läpi ja näkee, että vastaaminen ei ole liian työlästä. Tärkeimmät kysymykset tutkimusongelman kannalta, ovat heti ensimmäisenä. Avoimet kysymykset pääasiassa lopussa. Nämä ovat kuitenkin ennen taustakysymyksiä, joihin vastaamista monesti pidetään välillä kiusallisena. Kaikkia avoimiin kysymyksiin tulleita vastauksia ei käsitellä työssä, vaan niistä poimitaan tärkeimmät ja oleelliset huomiot tuomaan lisätietoa aiheeseen. Strukturoiduissa kysymyksissä esiintyvät valmiit vastausvaihtoehdot ovat kielten osalta samat kuin Elinkeinoelämän keskusliiton (kts. toinen luku) tutkimuksessa käytetyt, pois lukien vähiten käytetyt italia ja portugali. Niiden sijaan vastauksissa on mukana arabia, joka on nykyään viron ja venäjän jälkeen suurin kieliryhmä Suomessa (Arabia nousi kolmanneksi suurimmaksi vieraskieliseksi ryhmäksi 2017).

Teoksessa Tilastolliset menetelmät Holopainen ja Pulkkinen kirjoittavat hyvin laaditun lomakkeen nopeuttavan vastaamista, etenkin valmiiksi sovitettut vastausvaihtoehdot. Valmiiden vastausvaihtoehtojen ansiosta vastauksista tulee myös yhdenmukaisia ja vähennetään virheen mahdollisuutta, koska ei tarvitse yrittää tulkita epämääräisiä vastauksia. (Holopainen & Pulkkinen 2013, 42.) Tämä kuitenkin pätee vain siinä tapauksessa, että lomakkeessa kysytään ja mitataan oikeita asioita yksiselitteisesti kattaen koko tutkimusongelman (Heikkilä 2014, 27). Heikkilä pitää hyvän lomakkeen ominaisuuksina olevan kysymysten huolellista suunnittelua, selkeää ja siistiä ulkoasua. Heikkilän mukaan tärkeät kysymykset ovat lomakkeen alussa, sillä alkupään kysymyksiä harkitaan enemmän. Jokainen kysymys tai kysymysalue on numeroitu juoksevasti ja kysytään vain yhtä asiaa kerralla. Lomake ei saa myöskään olla liian pitkä. (Heikkilä 2014, 45-47.) Pahkinen suosittelee asiantuntijaraadin tekemää arvioimista lomakkeelle (Pahkinen 2012, 220). Aikataulullisista ja käytännön syistä raadin sijaan lomakkeen toimivuutta kokeili lehtori.

Kyselytutkimuksen tulokset on esitetty graafisesti taulukkoina, jotka on selitetty lyhyesti. Avoimien kysymysten dataa ei ole pyritty muuttamaan numeroiksi, vaan ne on käyty valikoidusti läpi korostaen toistuvia teemoja ja nostaen esiin mielenkiintoisia huomioita. Aineistoa luokitellaan paitsi aloittain myös vastaajien iän, yrityksen toimialan ja äidinkielen mukaan, jotta vastaukset tukisivat strukturoituja kysymyksiä. Saastamoisen ja Olkkosen mukaan hyvien kuvioiden merkitys raportissa on suuri, sillä ne esittävät suuren määrän informaatiota, jonka tavoittaa nopeasti silmäilemällä. Tämä houkuttelee lukijaa

lukemaan enemmän asiasta. (Saastamoinen & Olkkonen 2012, 86.) Taulukot ja kuviot myös elävöittävät tutkimusraporttia (Holopainen & Pulkkinen 2013, 46). Taulukoiden ja kuvioiden tekemiseen käytän Excel-tilastointiohjelmaa, jotta ne olisivat tyyli-
tään yhtenäisiä muun tässä opinnäytetyössä esiintyvän tilastografiikan kanssa.

Kaksi vastaajaa lähestyi sähköpostitse ja huomioi, että kyselyn vastausvaihtoehdoissa ei ollut suomea. Saatekirje ja kysely eivät siis kaikilta osin olleet tarpeeksi yksiselitteisiä. Tämä kertonee siitä kuinka monikulttuurisia vastaajien työpaikat ovat, mutta myös ettei englantia pelkästään ole riittävä väline kommunikaatiossa ja että suomea tarvitaan asiakkaiden tai kollegoiden kanssa. Rostila sanoo, että elääkseen ja selviytyäkseen Suomessa on välttämätöntä osata suomea (2014, 28).

3.5 Luotettavuus

Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan tulosten tarkkuutta eli vastaavatko tulokset aiemmin tehtyjen tutkimusten tuloksia. Kyse on siis tutkimuksen toistettavuudesta. Mikäli tulokset ovat samanlaisia, eivät sattumanvaraisia, on tutkimuksen reliabiliteetti suuri. Aiemmat tulokset kuitenkin pätevät vain omassa ajassaan ja yhteiskunnassaan, sillä yhteiskunta on monimuotoinen ja muuttuva. (Heikkilä 2014, 28; Holopainen & Pulkkinen 2013, 17.)

Validiteetilla eli pätevyydellä tarkoitetaan, ettei tehdyssä mittauksessa ole virhettä. Mikäli tutkimus ei mittaa sitä, mitä sen on ollut tarkoitus, myös tulokset ovat vääriä eli epävalideja. Tutkimuksen pitää mitata vain tutkittavaa asiaa ja kattaa koko tutkimusongelma. Validiteetin saavuttamisessa auttaa riittävän edustavan otoksen saaminen tarkasti määritellystä perusjoukosta ja hyvä vastausprosentti. (Heikkilä 2014, 27.)

Vastaajien yhteystiedot, sähköpostiosoitteet, hankittiin yritysten kotisivuilta. Suurilla yrityksillä usein ei ole esillä yhteystiedoissa kuin hallituksen jäsenet, joten suurien yritysten osuus kohderyhmästä on todellisuutta pienempi. Huomioitavaa on myös, että pienillä yrityksillä ei edes välttämättä ole kotisivuja. Näistä syistä tutkittavat voivat edustaa enemmistöltään pk-yrityksiä. Toisaalta Tilastokeskuksen vuoden 2015 tietojen mukaan vain 0,2 prosenttia Suomen yrityksistä oli suuryrityksiä eli yrityksiä, joissa on henkilöstöä yli 250 henkeä (Yrittäjyystilastot 2015). Vastaajiksi pyrittiin harkiten poimimaan ihmisiä erilaisista ryhmistä. Henkilöt valittiin mukaan tutkimukseen sukupuolen, iän ja esimerkiksi kielitaustan perusteella. Koska ei ole olemassa sopivaa rekisteriä, mikä

kattaisi kaikki markkinoinnin ja myynnin parissa työskentelevät ihmiset, jouduttiin tarkastelemaan vain osaa perusjoukosta. Yritysten kotisivujen kautta voidaan tavoittaa vain osan perusjoukosta, koska kaikilla yrityksillä ei ole kotisivuja ja useat eivät anna henkilökunnan yhteystietoja. Tästä syystä jokaisella markkinoinnin ja myynnin parissa pääkaupunkiseudulla työskentelevällä henkilöllä ei ollut yhtä suuri todennäköisyys tulla kutsutuksi tutkimukseen, mikä aiheuttaa mahdollista harhaa tutkimuksessa.

Otantatutkimuksessa tärkein vaatimus on, että jokaisella tutkimuksen piiriin kuuluvalla yksiköllä on yhtäläinen mahdollisuus tulla valituksi vastaamaan kyselyyn. Ellei tämä ole mahdollista, kutsutaan vastaajiksi valittuja näytteeksi. Kuitenkin tekemällä tutkimuksen huolella pystytään saamaan jokseenkin luotettavia tuloksia. (Holopainen & Pulkkinen 2013, 36.) Tällöin joudutaan varmistamaan, että tutkittavien ominaisuudet edustavat perusjoukkoa esimerkiksi iän, sukupuolen ja muiden muuttujien puolesta (Heikkilä 2014, 39). Laatuvaatimuksia rajoittavat aikataulu ja julkisten yhteistietojen vähyys.

Poistuma eli kato tarkoittaa lomakkeeseen vastaamatta jättämistä. Yksikkökadoksi kutsutaan sitä, jos koko tutkittavan vastaus puuttuu ja eräkadoksi yksittäisten arvojen puuttumista. Vastaamattomien lomakkeiden lisäksi voi olla sellaisia, jotka joudutaan syystä tai toisesta hylkäämään. Vastaamatta jättäneet tutkittavat ovat mahdollisesti ominaisuuksiltaan erilaisia kuin vastanneet, joten tästä syntyy harhaa tutkimuksen tuloksiin. (Heikkilä 2014, 41–42.)

Kysely lähetettiin 330 henkilölle, joista 82 vastasi kyselyyn eli tutkimuksen vastausprosentti on 24,8. Vastausprosentti on alhainen, mutta tyypillinen vastaaville kyselytutkimuksille. Kadon suuruus voi osittain johtua huonosti valitusta ajankohdasta. Lomakkeen ollessa aktiivinen niin sanotulla hiihtolomaviikolla, huomasin tutkittavien sähköpostien automaattivastaajista tulleista viesteistä heidän olevan lomalla. Tästä ei kuitenkaan voi päätellä, että vastasivatko he myöhemmin kyselyyn. Ajankohdalle eli helmikuulle tyypillisesti varmasti useat olivat myös sairaana. Kolmas mahdollinen katoa aiheuttanut asia on, että E-lomakepalvelu oli poissa käytöstä huollon takia lyhyen aikaa. Ainakin yhden vastaajan selain on ilmoittanut, ettei yhteys ole suojattu ja ”Sivuston elomake.metropolia.fi omistaja on määrittänyt sivustonsa asetukset väärin. Firefox ei muodostanut yhteyttä sivustoon suojellakseen tietojasi varkaudelta”. Tämä on voinut pelästyttää vastaajia.

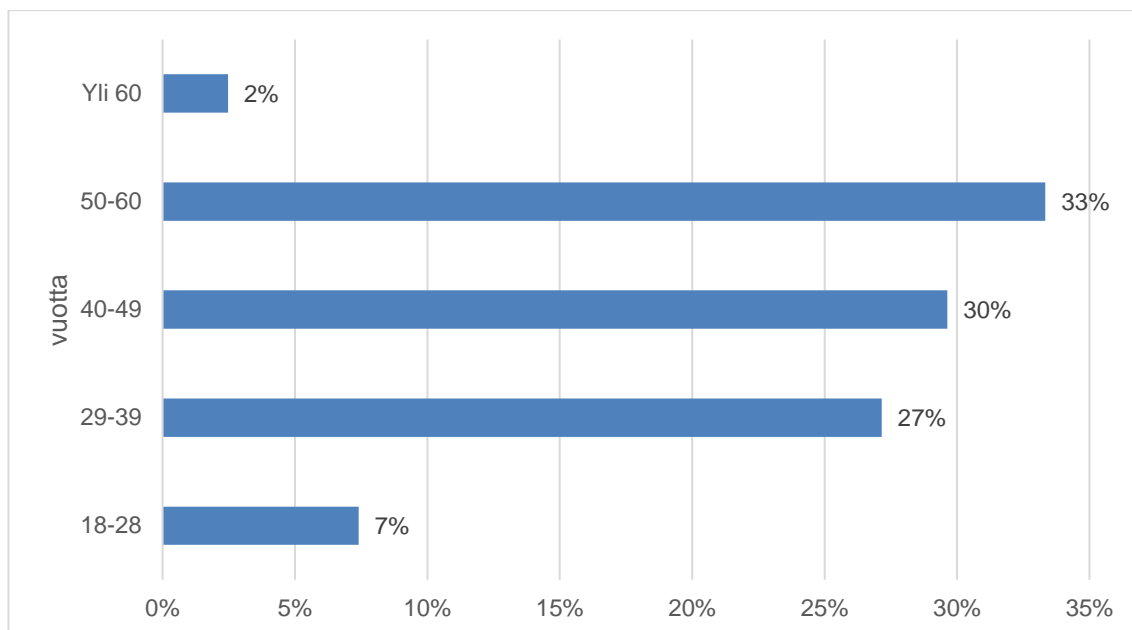
Luotettavuutta olisi voinut parantaa myös julkaisemalla kysely useammalla kielellä, mikä olisi siten huomionnut myös muut kuin suomea puhuvat vastaajat. Tämä olisi kuitenkin ollut aikataulun takia liian aikaa vievää ja hankalaa. Jokaisella kielellä olisi pitänyt pystyä mittaamaan täsmälleen samoja asioita, joten kääntäminen olisi vaatinut paljon tarkkuutta ja aikaa.

4 Tutkimustulokset

4.1 Vastaajat

Kyselyyn vastasi 82 myynnin ja markkinoinnin ammattilaista. Vastaajista 45 prosenttia toimii myynnin parissa, 29 prosenttia markkinoinnin ja 26 prosenttia toimii molemmilla aloilla. Äidinkielenään 80 vastaajaa puhuu suomea ja 2 ruotsia. Yli puolet heistä käyttää muuta kuin suomea päivittäin työssään niin kirjallisesti kuin suullisessakin kommunikaatiossa. Kaikki ruotsinkieliset käyttivät päivittäin vierasta kieltä, kun taas suomenkielisistä vastaajista noin puolet.

Vastaajia pyydettiin kyselyssä valitsemaan ala, jolla heidän työpaikkansa toimii. Vaihtoehtoina oli Tilastokeskuksen Toimialaluokitus 2008:n pääluokat, joita ovat esimerkiksi maatalous, teollisuus ja rakentaminen. Kaikkiaan eri pääluokkia on 21. Suurin osa, 62 prosenttia, tutkituista ei löytänyt sopivaa vaihtoehtoa tai ei halunnut sitä ilmoittaa. Hie-
man yli viidennes ilmoitti työskentelevänsä tukku- tai vähittäiskaupan alalla, 7 prosenttia vastasi majoitus- ja ravitsemustoiminnassa. Teollisuuden, rahoitustoiminnan, terveydenhuolto- ja sosiaalipalvelun tai kiinteistö- ja tutkimuspalvelun vastasivat yksittäiset kyselyyn osallistuneet. Vastaajien työpaikan alaa ei juurikaan käsitellä tuloksissa, koska käytettävää tietoa tuli niin vähän.

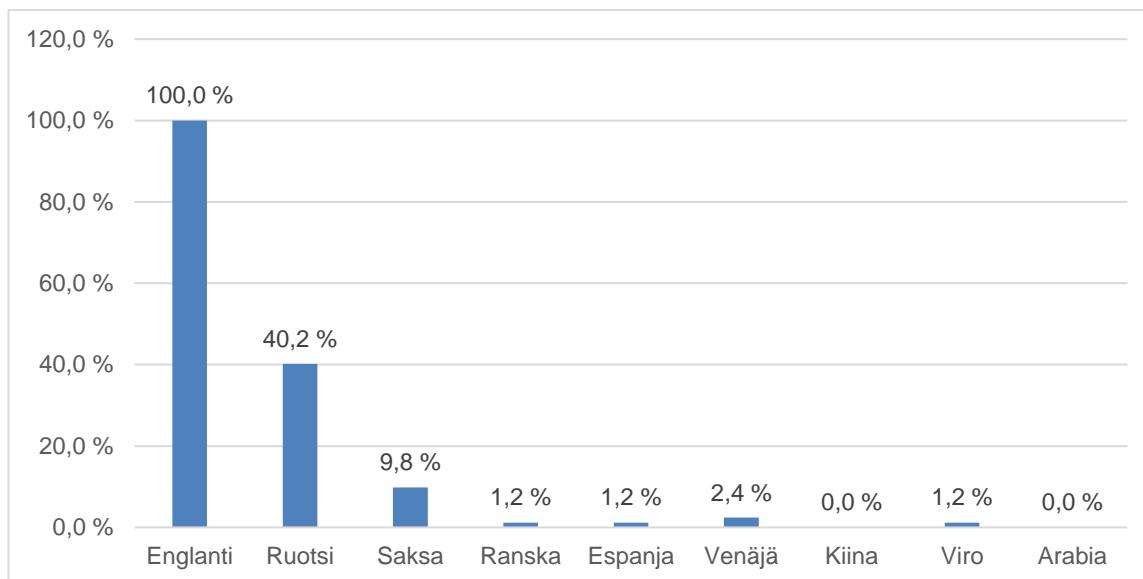


Kuvio 3. Kyselytutkimuksen vastaajien ikä.

Vastaajat jakautuivat iältään kohtalaisen tasaisesti eri ikäryhmiin. Kolmannes vastaajista ilmoitti iäkseen 50–60 vuotta, noin viidennes oli 29–39-vuotiaita ja 30 prosenttia vastasi olevansa 40–49 vuotta. Iältään nuorimpaan ryhmään, 18–28-vuotiaisiin, kuului 7 prosenttia vastaajista ja 2 prosenttia ilmoitti olevansa yli 60-vuotias.

lällä on vaikutusta siihen, kuinka paljon kieliä käyttää. Mitä nuorempi vastaaja ilmoitti olevansa, sitä useammin hän vastasi käyttävänsä vierasta kieltä päivittäin. 18–28-vuotiaista 83 prosenttia vastasi käyttävänsä kieltä kirjallisesti ja suullisesti päivittäin. 29–39-vuotiaista 68 prosenttia käyttää kirjallisesti ja 50 prosenttia suullisesti. 40–49-vuotiaista puolet käyttää kieltä päivittäin kirjallisesti ja 46 prosenttia suullisesti. Yksikään kyselyyn vastannut yli 60-vuotias ei ilmoittanut käyttävänsä vierasta kieltä päivittäin.

4.2 Työssä käytetyt kielet



Kuvio 4. Vastaajien työssään käyttämät kielet.

Kyselyyn vastanneilla käytetyimmät kielet ovat englanti, ruotsi ja saksa. Kaikki vastaajat ilmoittivat käyttävänsä englantia. Noin 40 prosenttia vastasi ruotsin ja 10 prosenttia saksan. Venäjää ilmoitti käyttävänsä kaksi henkilöä ja ranskaa, espanjaa ja viroa kuttakin yksi henkilö. Yksikään vastaaja ei ilmoittanut käyttävänsä kiinaa tai arabiaa.

Taulukko 2. Käytetyt kielet ikäryhmittäin.

Kieli	Ikä vuosina				
	18–28	29–39	40–49	50–60	Yli 60
Englanti	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Ruotsi	50 %	36 %	33 %	52 %	-
Saksa	17 %	14 %	8 %	7 %	-
Ranska	-	-	-	4 %	-
Espanja	-	5 %	-	-	-
Venäjä	-	5 %	4 %	-	-
Kiina	-	-	-	-	-
Viro	-	5 %	-	-	-
Arabia	-	-	-	-	-

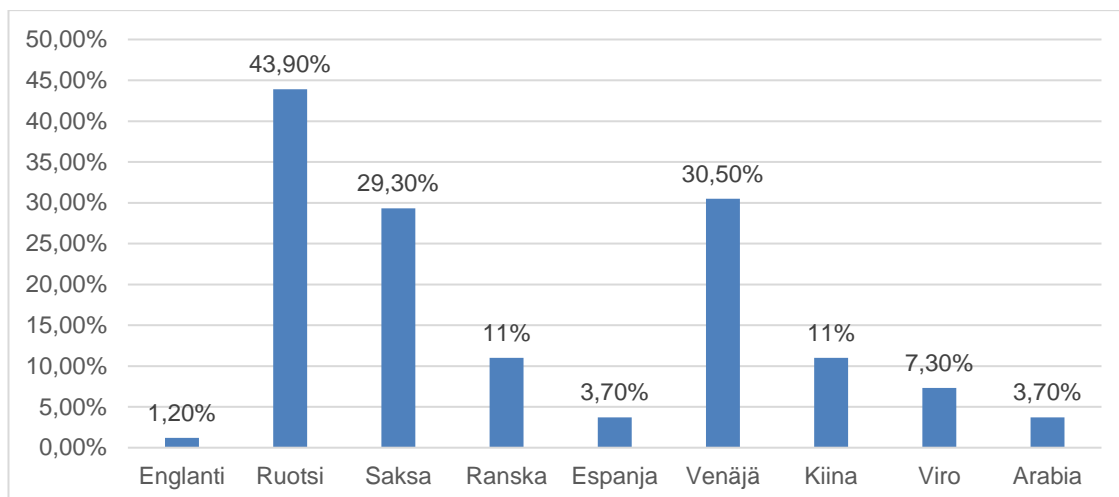
Ruotsin kielen käyttö oli vastausten perusteella yleisintä 18–28- ja 50–60-vuotiaiden ikäryhmissä, joissa molemmissa kieltä käytti noin puolet vastaajista. Saksaa käytettiin enemmän nuoremmissa ikäryhmissä ja se oli yleisintä 18–29-vuotiaiden parissa. Vain 29–39-vuotiaat käyttivät espanjaa ja viroa. (Taulukko 2.)

Kielenkäytössä oli havaittavissa eroja alojen välillä. Henkilöt, jotka tekivät sekä markkinointia että myyntiä, vastasivat hieman useammin käyttävänsä ruotsia, saksaa, espanjaa ja venäjää kuin muut vastaajat. Huomattavin ero oli ruotsin kielen käytössä, jossa 52 prosenttia kyseisestä ryhmästä ilmoitti käyttävänsä kieltä. Markkinoinnin parissa työskentelevistä henkilöistä joka kolmas käytti ruotsia ja myyntihenkilöstöstä vain hieman useampi, 38 prosenttia. Tutkimuksen ainoat viron ja ranskan kieltä käyttävät henkilöt työskentelivät markkinoinnissa. Saksaa käytettiin vähiten myynissä eli 5 prosenttia vastaajista, kun taas markkinoinnissa 13 prosenttia ja molempia aloja tekevissä vastaajissa 14 prosenttia kieltä käytettiin lähes yhtä usein.

Taulukko 3. Tärkeimmät kielet vastaajien työssä.

Kieli	1. tärkein	2. tärkein	3. tärkein
Englanti	98 %	26 %	3 %
Ruotsi	0 %	68 %	33 %
Saksa	0 %	3 %	39 %
Venäjä	2 %	3 %	21 %
Viro	0 %	0 %	3 %

Yhtä vastaajaa lukuun ottamatta kaikki pitivät englantia tärkeimpänä kielenä työssään, jos suomea ei huomioida. Ruotsia pidetään selvästi toiseksi tärkeimpänä ja kielen vastasi lähes 70 prosenttia vastaajista. Vain 40 prosenttia vastaajista ilmoitti, mikä on kolmanneksi tärkein kieli heidän työssään. Tämä viittaa siihen, että useimmat eivät käytä kolmea kieltä työssään. Toiseksi tärkeimmän kielen ilmoitti kuitenkin vielä 88 prosenttia vastaajista. Kolmanneksi tärkeimmäksi kieleksi oli useimmin mainittu saksa, jota seurasi ruotsi ja venäjä. Venäjää piti kolmanneksi tärkeimpänä kielenä viidennes kysymyksen vastanneista.

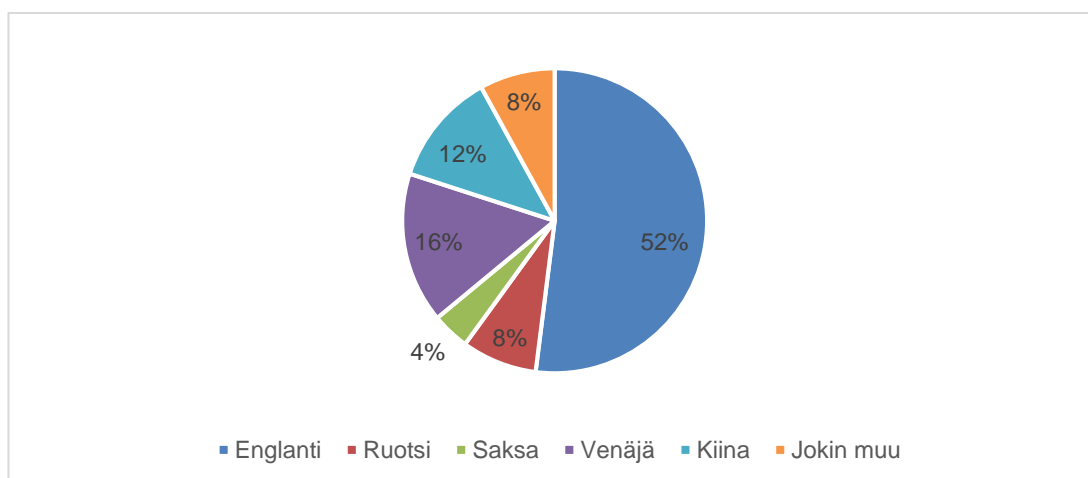


Kuvio 5. Kielet, jotka vastaajat kokisivat tuovan lisäarvoa heidän työhönsä.

Tutkimuksessa kartoitettiin myös kieliä, joita vastaajat eivät välttämättä osaa ollenkaan mutta jotka toisivat lisäarvoa työhön jollakin tavalla. Kysymyksen tarkoitus oli selvittää aloille oleellisia kieliä, joiden osaamisesta olisi hyötyä. Tällä voi olla esimerkiksi opiskelijan kielivalinnoissa painoarvoa.

Ruotsi koettiin selvästi eniten lisäarvoa tuovaksi kieleksi ja sen mainitsi 44 prosenttia vastaajista. Lähes kolmannes arveli venäjän ja kiinan kielen osaamisen olevan hyödyllistä. Ranskan ja kiinan valitsi 11 prosenttia vastaajista. Kuvaajassa 5 näkyvien valmiiden vastausvaihtoehtojen lisäksi mainittiin yksittäisiä kertoja hollanti, italia, tanska, thai-kieli, turkki, puola ja norja.

4.3 Tulevaisuudessa tärkeiksi nousevat kielet

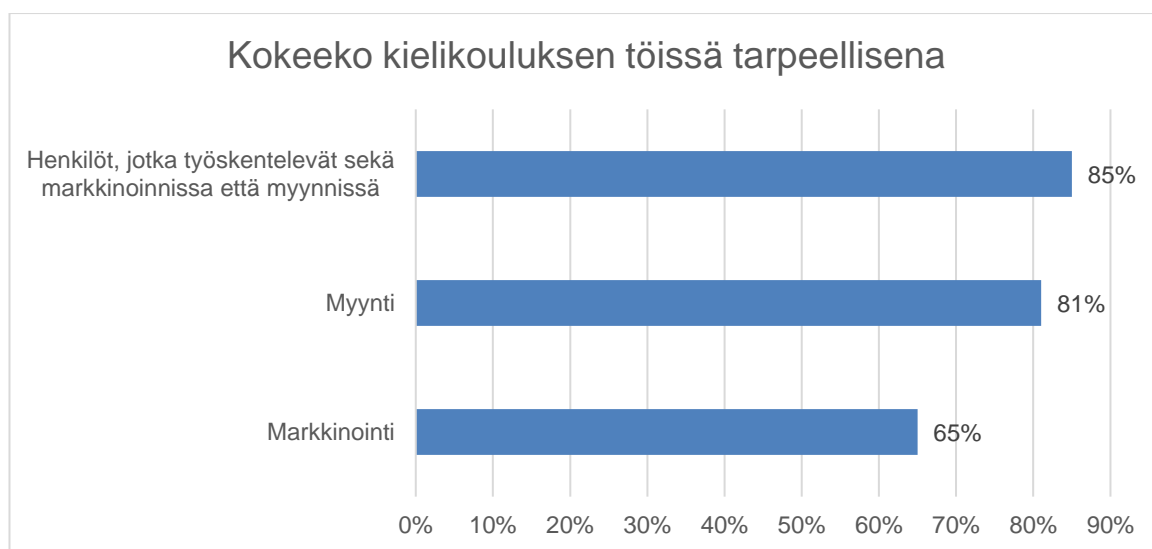


Kuvio 6. Tulevaisuudessa merkitystään kasvattavat kielet vastaajien mukaan.

Kysymykseen tulevaisuuden tärkeistä kielistä vastasi vain noin kolmannes vastaajista. Suuret kielet ovat vahvasti edustettuina tuloksissa. Vaikka kaikki vastaajat käyttivät jo englantia, yli puolet kyselyyn vastanneista uskoo englannin merkityksen kasvavan tulevina vuosina entisestään. Kiinan ja venäjän kielen merkityksen nähdään myös vahvasti kasvavan. Yksi vastaaja kommentoi, että kiinan kielen osaaminen on huomattava plussa työelämässä. Perinteisesti tärkeiden saksan ja ruotsin kielten ei nähdä juurikaan tulevan tulevaisuudessa tärkeämmiksi. Saksan mainitsi vain 4 prosenttia vastaajista ja ruotsin 8 prosenttia. Markkinointia tekevät vastasivat useimmiten englannin ja kiinan, kun taas myyntiä tekevät vastasivat englannin ja venäjän kielet.

4.4 Työnantajan tarjoama kielikoulutus

Puolet kyselyyn vastanneista on saanut kielikoulutusta työpaikallaan. 78 prosenttia vastaajista piti työpaikan tarjoamaa tai tukemaa kielitaidon opetusta tarpeellisenä. 18–28 -vuotiaista vastaajista kukaan ei ilmoittanut, että olisi saanut työpaikalla kielikoulutusta. Eniten koulutusta olivat saaneet 40–49-vuotiaat, joista 70 prosenttia työpaikalla oli tarjottu koulutusta. Muissa ikäryhmissä koulutusta oli saanut noin puolet. Yleisintä kielikoulutus oli myynnin parissa työskentelevillä henkilöillä, joista 62 prosenttia kertoi saaneensa koulutusta. Markkinoinnin tekijöistä työskentelevistä koulutusta kertoi saaneensa 42 prosenttia. Vähiten koulutusta olivat saaneet henkilöt, jotka työskentelivät sekä markkinoinnissa että myyntityössä. Myös heistä 38 prosenttia kertoi saaneensa kielikoulutusta työssään.



Kuvio 7. Kokemus kielikoulutuksen tarpeellisuudesta aloittain.

Positiivisimmin työpaikan tarjoaman kielikoulutuksen näkevät henkilöt, jotka työskentelevät sekä markkinoinnissa että myynnissä. Pelkästään markkinoinnissa työskentelevät puolestaan ovat mahdollisuudesta vähemmän kiinnostuneita. Eräs markkinoinnissa työskentelevä vastaaja kertoo, että koska he tekevät markkinointia lähinnä Suomen sisällä ja siksi kielinä korostuu suomi ja ruotsi. Vieraat kielet eivät siis välttämättä ole markkinoinnissa yhtä oleellisia kuin myyntihenkilöstöllä.

Toinen vastaaja korostaa, että ammattisanaston opettaminen pitää tulla työnantajalta. Myös tarjolla olevien koulutusten taso saattaa vaihdella suuresti ja vastaajan mukaan halvimpaan vaihtoehtoon ei kannata lähteä. Kolmas koulutusta kommentoinut toteaa, että työnantajan pitää määrittää töissä tarvittava kielitaso ja sitoutua pitkäjänteisesti kouluttamaan työntekijöitä.

4.5 Pääkaupunkiseudun erityispiirteet

43 prosenttia vastaajista ajattelee, että pääkaupunkiseudulla on kielitaitoon liittyviä erityispiirteitä. Tarkoitus oli selvittää, kokevatko vastaajat, että alueella tarvitsee enemmän tai erilaista kielitaitoa kuin muualla maassa. Osa vastaajista jättää kysymykseen vastaamatta, koska heillä ei yksinkertaisesti ole työkokemusta pääkaupunkiseudun ulkopuolelta. Useat vastaajat mainitsevat, että Helsinki ja pääkaupunkiseudulla toimivat yritykset ovat monesti kansainvälisiä. Globaaleilla yrityksillä on konttorit Helsingissä tai muualla pääkaupunkiseudulla ja yritysten pääkieli on usein englanti. Työpaikkoja kuvataan monikulttuurisiksi ja yhä useammin työtoveri on kotoisin ulkomailta, kuten myös asiakkaat, mutta englannin merkitys on vastauksissa korostunut. Vastaajat kertovat englantia tarvittavan myös siinä, että pysyy perillä omalla alalla, koska tarvittavat mediat ovat englanniksi. Erään vastaajan mielestä yritykset eivät ole tehneet tarpeeksi sen eteen, että ulkomaalaisten osaajien siirtyminen Suomeen olisi sujuvaa.

”Helsingissä kielien osaaminen on tarpeellista. Ei pelkästään yksilön vaan koko alueen vetovoiman vuoksi. Vaikka Suomessa osataan englantia hyvin, eivät monet yritykset ole valmiita ulkomaisiin työntekijöihin, vaikka pitäisi olla.” (Vastaaja, markkinointi.)

Muista pääkaupunkiseudulla tärkeiksi kieliksi mainitaan useimmin ruotsin ja venäjän kielet. Niiden merkitys nähdään oleellisena luodessa työsuhteita ja solmiessa yhteistyökumppanuuksia. Vastaajilla on ruotsinkielisiä työtovereita ja asiakkaita. Yksi vastaa-

ja mainitsee Suomen kaksikielisyyden näkyvän siinä, että materiaalit käännetään suomen ja englannin lisäksi ruotsiksi. Toinen vastaaja kertoo, että on kokenut ruotsin kielen osaamattomuuden noloksi asiaksi asioidessaan ruotsia puhuvien asiakkaiden kanssa. Asian noloksi kokeminen saattaa liittyä siihen, että ruotsi on toinen kansalliskieli Suomessa ja yleisesti ottaen kaikki suomenkieliset suomalaiset ovat sitä opiskelleet. Erään vastaajan mukaan Suomen kaksikielisyys on rikkaus, joka lisäksi auttaa oppimaan muita kieliä ruotsin kielen kautta.

4.6 Muita huomioita kielenkäytöstä

Kyselyssä myös tiedusteltiin, onko tärkeämpää osata kommunikoida oikeakielisesti vai rohkeasti käyttää ehkä puutteellistakin kielitaitoa. 98,8 prosenttia vastaajista piti kielenkäytön rohkeutta oleellisempana asiana kuin oikeakielisyyttä. Vastaajat kertovat, että oikeakielisyys antaa työntekijästä ammattimaisen kuvan, mutta lopulta tärkeää on vain saada itsensä ymmärretyksi ja ajamansa asia läpi. Useat kyselyyn vastannut huomauttaa, että suomalainen koulujärjestelmä painottaa liikaa oikeakielisyyttä sujuvan kommunikaation kustannuksella.

”Suomen peruskoulu tappaa kielten puhumisen rohkeuden. Kielioppia tuijotetaan liikaa ja virheistä rangaistaan. Kouluihin enemmän suullista kommunikointia, niin siitä kasvaa myös rohkeus käyttää kieltä vaikka kaikki eivät oikein kieliopin mukaan menisikään.” (Vastaaja, myynti.)

Moni korostaa, että vain kieltä käyttämällä oppii sitä käyttämään. Usein myös, etenkin englantia, käytetään muiden kuin englantia äidinkielenään puhuvien kanssa. Tällöin vastapuolikaan harvemmin puhuu täydellistä englantia ja tärkeintä on vain kommunikaation ymmärrettävyys. Kuitenkin joissain tapauksissa ei voida tinkiä oikeakielisyydestä, kuten esimerkiksi sopimusteksteissä, lehdistötiedotteissa ja myyntikanavien sisällössä. Ammattilaisten palveluita voi käyttää, kun tarvitaan tarkasti oikeakielistä materiaalia.

Lisäksi yksi vastaaja halusi korostaa, että on tärkeää ylläpitää omaa kielitaitoaan. Kielen opittuaan sen ylläpito on helpompaa kuin opetella se myöhemmin uudestaan. Kieltä ei ehkä juuri sillä hetkellä tarvitse aktiivisesti, mutta myöhemmin tarvetta voi esiintyä niin työ- kuin vapaa-ajallakin. Toinen vastaaja neuvoo, että omaa kielitaitoaan voi ylläpitää esimerkiksi kuuntelemalla Yle Mondoaa, joka on pääkaupunkiseudulla kuuluva monikielinen radiokanava.

5 Yhteenveto ja loppupohdinta

5.1 Markkinoinnin ja myynnin ammattilaisten kielitaidon tarve

Tutkimuksessa saadut tulokset ovat hyvin samansuuntaisia kuin muiden viime vuosina tehtyjen selvitysten tulokset suomalaisten yritysten henkilökunnan kielten käytöstä ja tarpeista. Tämän opinnäytetyön toisen luvun alussa läpi käydyissä tutkimuksissa yritysten selvästi tärkein työkieli suomen jälkeen on englanti. Markkinointi- ja myyntityötä tekevien kielitaidon tarve ei siis poikkeaa tältä osin muista ryhmistä. Jokainen vastaaja ilmoitti käyttävänsä englantia ja yhtä poikkeusta lukuun ottamatta kaikki pitivät englantia tärkeimpänä vieraana kielenä työssään. Englannin kielen merkitystä myös korostettiin vastauksissa eniten.

Muiden kielten osalta vaihtelua on enemmän. Elinkeinoelämän keskusliiton tutkimuksessa venäjä oli englannin ja ruotsin jälkeen käytetyin kieli, mutta tämän opinnäytetyön tutkimuksessa kolmanneksi käytetyin kieli oli saksa ja venäjä neljäntenä. Venäjä oli myös huomattavasti vähemmän käytetty kuin saksa. Viron, ranskan ja espanjan suhteen tulokset olivat yhteneväisiä eli kielet ovat vähän käytettyjä, mutta käyttäjiä kuitenkin löytyy. Sen sijaan kiinaa yksikään vastaaja ei käyttänyt, kun taas EK:n tutkimuksessa kieltä käytettiin jopa ranskaa ja espanjaa enemmän. Tulokset kuitenkin kertovat vain kyselyyn vastanneiden henkilöiden omasta kielitaidosta ja täytyy huomioida, että he vastasivat myös uskovansa monen tutkimuksessa vähän puhutun kielen tuovan lisäarvoa työhön. Näitä kieliä olivat esimerkiksi kiina, viro ja arabia. Eniten lisäarvoa työhön nähtiin tuovan ruotsi, venäjä ja saksa.

Kuten teoreettisessa viitekehyksessä esitetyissä tutkimuksista selviää, tulevana vuosina työelämässä yhä tärkeämmiksi kieliksi uskottiin nousevan venäjän, kiinan, saksan ja englannin. Tältäkin osin tulokset ovat samansuuntaisia. Tässä opinnäytetyötutkimuksessa tulevaisuudessa tärkeämmiksi kieliksi nousivat vastausten perusteella englanti, venäjä ja kiina. Elinkeinoelämän tutkimuksessa kolme useimmin mainittua kieltä olivat venäjä, kiina ja viro (EK 2014, 12). Brecklen ja Rinteen (2016, 17) tutkimuksessa järjestys oli englanti, venäjä ja saksa. Pääasiassa rakennusalalla tärkeää viron kieltä lukuun ottamatta tulokset olivat hyvin yhteneviä. Englannin, venäjän ja kiinan uskotaan siis vahvasti kasvattavan merkitystään tulevaisuudessa.

Alueena pääkaupunkiseudun kansainvälisyys näkyy siinä, että kaikki vastaajat käyttävät vähintään yhtä itselleen vierasta kieltä. Useimmiten tämä kieli on englanti. Kansainvälisyys ei kuitenkaan näy siinä, että eri kieliä käytettäisiin paljon. Käytettyjen kielten määrä on varsin rajallinen ja koostuu lähinnä englannista, ruotsista ja saksasta. Suurin osa kommunikaatiosta vierasta kieltä puhuvien, esimerkiksi asiakkaiden tai työtovereiden, kanssa hoidetaan englanniksi. Pääkaupunkiseudulla sijaitsee suurin osa Suomen pääkonttoreista ja useimpien maassa toimivien kansainvälisten yritysten konttorit. Globaalisti toimivien yritysten työkieli on monesti muu kuin suomi, useimmiten englanti.

Eri kielten suuri määrä voidaan nähdä rasitteena ja englanti ratkaisuna siihen, että joista eri kieltä ei tarvitse osata edes auttavasti. Toisaalta asetelma saattaa tuntua epäreilulta ja englanninkieliselle maailmalle etulyöntiaseman antavalta. Kuitenkin englantia puhutaan äidinkielenä lähes jokaisella mantereella, jossakin valtiossa, se on muihin kieliin verrattuna neutraalimpi ja vähemmän poliittinen vaihtoehto yleiskieleksi.

Puolet vastanneista oli saanut tukea kielten oppimiseen työpaikallaan, mikä on varsin hyvä ja kertoo, että yritykset näkevät kielitaidon tärkeäksi ja arvokkaana osana työntekijöiden ammattitaitoa. Suurin osa vastaajista piti myös hyvänä tällaista mahdollisuutta parantaa kielitaitoaan työpaikan tukemana, mutta markkinoinnin tekijät selvästi myynnin parissa työskenteleviä harvemmin. Perinteisesti myynti on nähty olevan lähempänä asiakasrajapintaa ja heidän hakevan aktiivista kontaktia asiakkaisiin. Tulokset eivät kuitenkaan viittaa siihen, että markkinoinnissa käytettäisiin harvempia kieliä kuin myynnissä. Päinvastoin. He myös ilmoittivat käyttävänsä vierasta kieltä päivittäin useammin kuin myynnissä työskentelevät vastaajat.

5.2 Ammattikorkeakoulujen kieltenopetus

Kyselyn perusteella laaja kielitaito on hyödyllistä siitä huolimatta, että englanti on työelämän tärkein vieras kieli. Uudelle osaamiselle on selvästi kysyntää. Mikäli tarvetutkimuksien tulokset venäjän ja kiinan kielten tarpeesta tulevat pitämään paikkansa, suomalaiset yritykset menettävät lukuisia liikemahdollisuuksia, koska eivät löydä kielitaitoisia työntekijöitä. Vaikka ammattikorkeakoulu on monille päätepiste matkassa läpi suomalaisen koulutusjärjestelmän, viimeinen oppilaitos, oppiminen jatkuu työelämässä koko uran ajan. Ammattikorkeakoulussa opiskelija ehtii vielä kokeilla eri kieliä ja saada virikkeitä, jotka voivat kantaa arvokasta hedelmää vielä vuosikymmenien jälkeen.

Tämän opinnäytetyön kyselyyn osallistuneet vastaajat arvostavat erityisesti kommunikaatiokeskeistä kielenkäyttöä, jossa tärkeintä ei ole kieliopin mukainen viestintä, vaan tavoitteeseen pääseminen olemassa olevilla välineillä. Tämä suora suomalainen lähestymistapa saattaa kuitenkin olla ongelmallinen asioitaessa toisesta kulttuurista tulevien kanssa, joten myös kulttuurien tuntemus on monesti paikallaan. Oman kokemukseni perusteella, kieliopetuksessa huomioidaan jo nyt kulttuuriin liittyviä tekijöitä. Ne ovat sisältyneet usein harjoitteisiin, mutta saattavat jäädä huomiotta, koska yleisimmin luetut kielet eivät ole kulttuuriltaan niin vieraita.

Ammattikorkeakoulujen tarjoamasta kielivalikoimasta (Taulukko 1) löytyy kaikki tässäkin opinnäytetyössä tärkeiksi havaituista kielistä. Kaikkien tarkasteltujen oppilaitosten kielivalikoima oli lähes samanlainen ja ainoat erot olivat aasialaisten kielten opetuksessa. Metropoliassa opetettiin japania ja Haaga-Heliassa kiinaa, joka oli myös tarvetutkimuksien perusteella yksi tulevaisuudessa olennainen kieli.

Yhden kevään ammattikorkeakoulujen kielitarjonnan tarkastelu on enintäänkin vain suuntaa antavaa, eikä anna todellista kuvaa kouluissa tapahtuvasta kielenopetuksesta. Tutkimuksessa ei myöskään tarkasteltu, sitä kuinka paljon eri kursseja kielillä on, niiden taitotasoa tai kuinka hyvin on mahdollistettu kielen opiskelun jatkuvuus läpi koko ammattikorkeakoulun. Aikataulullisista syistä tarkastelu on rajallinen, mutta jos koko opintovuosi olisi ollut mukana, olisivat korkeakoulujen kielitarjonnat lähes identtiset. Tulosten perusteella kouluja ei pysty eikä ole tarkoituskaan laittaa paremmuus järjestykseen. Tutkimuksen tärkein anti on, että kaikki tutkitut korkeakoulut opettavat laajasti eri tarvekartoituksissa tärkeiksi havaittuja kieliä. Ammattikorkeakoulujen kielenopetus on tärkeää, koska jokainen kurssi auttaa ylläpitämään aiemmin saatua kielitaitoa, oppimaan ammatillista sanavarastoa tai löytämään kipinän kokonaan uuden kielen opiskeluun.

5.3 Opinnäytetyöprosessi, tavoitteiden saavuttaminen ja jatkotutkimuskohteet

Opinnäytetyön tekeminen oli pitkä prosessi, jossa aikaa vei eniten aiheen valitseminen. Aiheen pohtiminen alkoi jo kauan ennen itse työn aloittamista. Vaikka aihe ja tutkimusongelma säilyi perusajatukseltaan samana loppuun asti, se kuitenkin tarkentui matkan varrella ja muutoksia tapahtui sitä mukaa työn otsikkoa myöten. Ongelmia aiheutti lopulta eniten teoriapohjan materiaalin kerääminen. Tutkimuksia, tilastoja ja muuta tietoa riitti aiheesta paljon, mutta tuoretta ja tarpeeksi laadukasta materiaalia siitä oli vain pie-

ni osa. Tein virheen heti alussa siinä, että keräsin kaiken löytämäni materiaalin ja kirjoitin siitä pitkiä muistiinpanoja suunnittelematta mitä tarvitsen. Myöhemmin opinnäytetyösuunnitelman mukana ja sisällysluetteloa hahmotellessa selkeni työn rakenne sekä se, mihin teoriataustan osalta kannattaa oikeasti keskittyä.

Opinnäytetyön itselleni mielekkäin ja palkitsevin osa oli tutkimuksen tekeminen. Kysymysten laatiminen ja E-lomakkeen rakentaminen olivat mukavaa, mutta näin jälkikäteen ajateltuna kyselylomakkeesta olisi kannattanut tehdä enemmän teoriaosuudessa käsiteltyjen tutkimusten käyttämien kyselyiden mukainen. Käyttämällä osittain yhtenäisiä kysymyksiä tulosten vertailu olisi ollut helpompaa. Kyselylomaketta olisi ollut syytä myös testata useilla ihmisillä ennen käyttöä, jotta varmistuisi kysymysten yksiselitteisyys ja lomakkeen toimivuus. Tutkimukseen vastanneet markkinoinnin ja myynnin työtä tekevät ihmiset olivat avuliaita ja kannustavia. Yhtä lailla olivat avuliaita myös Haaga-Helia ammattikorkeakoulun, Laurea-ammattikorkeakoulun ja Myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset MMA-liiton työntekijät, joihin olin tämän työn takia yhteydessä. Opinnäytetyön tekeminen oli loistavaa kertausta sille, miten monia ohjelmia käytetään.

Koen, että opinnäytetyö ja siihen liittynyt tutkimus saavuttivat tavoitteeni. Kyselytutkimuksen tulokset olivat muun muassa työssä käytettyjen kielten osalta samansuuntaisia kuin kielitaidon tarpeesta aiemmin tehtyjen tutkimusten tulokset. Vastaukset myös osoittivat, kuinka tärkeää kielitaito nykypäivänä työelämässä on. Se on varmasti tämän opinnäytetyön tulosten tärkein anti. Harva opiskelija välttämättä tietää, mitä vieraita kieliä tulee tulevaisuudessa työssään tarvitsemaan, mutta varmaa on niitä olevan ainakin yksi ja todennäköisesti useita. Työssä myös sivuttiin ammattikorkeakoulujen kieltenopetusta. Huolimatta siitä, että asia käytiin lyhyesti lävitse, selvisi ammattikorkeakoulujen tarjoaman kielivalikoiman olevan kohtuullisen laaja ja kattava.

Jatkossa aihetta voisi tutkia tarvetutkimuksissa esiin tulleiden, merkitystään kasvattavien ja lähivuosina tärkeämmiksi uskottujen, kielten osalta. Tutkimuksissa voisi esimerkiksi selvittää sitä, miten kiinan tai venäjän kielen osaaminen hyödyttää yrityksiä ja onko kyseenomaisten kielten tarpeeksi kattava opiskelu edes mahdollista suomalaisessa koulujärjestelmässä. Myös englannin kielen vahva asema tarjoaa useita mielenkiintoisia tutkimuskohteita. Yksi tutkimusongelma voisi liittyä johonkin Suomen ulkomaankaupalle tärkeään valtioon, mihin kauppaa tekeviltä yrityksiltä selvitettäisiin, kuinka paljon liiketoimista pystytään suorittamaan englanniksi ja kuinka tarpeellista kohdemaan kielitaito on.

Lähteet

- Ahvenainen, Tarmo 2013. Lingua franca -lähestymistavan vaikutuksesta työelämän englannin sisältöihin ja arviointiin. AHOT korkeakouluissa. <http://julkaisut.tamk.fi/PDF-tiedostot-web/B/56-AHOT-korkeakouluissa.pdf>. Luettu 10.2.2017.
- Ainonen, Hanna-Leena 2013. Ei ruotsi olekaan niin paha paikka. Korkeakouluopiskelijoiden käsityksiä ruotsin kielen taidoistaan ja tarpeestaan. AHOT korkeakouluissa. <http://julkaisut.tamk.fi/PDF-tiedostot-web/B/56-AHOT-korkeakouluissa.pdf>. Luettu 10.2.2017.
- Airola, Anneli 2014. Elämä on yhtä oppimista. Näkemyksiä kansainvälistymisestä Karelia-amk:n avainkumppaniyrityksissä. Karelia-ammattikorkeakoulun julkaisuja B:17. Karelia-ammattikorkeakoulu, Joensuu. <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/72059/B17.pdf?sequence=1>. Luettu 30.3.2017.
- Airola, Anneli & Piironen, Marjo 2005. How Can I Help You? Kielitaitotarpeiden kartoitus sosiaali- ja terveysalalla Joensuussa. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun julkaisuja C: Tiedotteita 22. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu, Joensuu.
- Airola, Anneli 2004. Yritysten kielitaitotarpeet Pohjois-Karjalassa. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun julkaisuja C: Tiedotteita 17. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu, Joensuu.
- Amano, Tatsuya & González-Varo, Juan P & Sutherland, William J 2016. Languages Are Still a Major Barrier to Global Science. PLoS Biol. <http://journals.plos.org/plosbiology/article?id=10.1371/journal.pbio.2000933>. Luettu 22.3.2017.
- Arabia nousi kolmanneksi suurimmaksi vieraskieliseksi ryhmäksi. Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestörakenne. http://www.stat.fi/til/vaerak/2016/vaerak_2016_2017-03-29_tie_001_fi.html. Luettu 26.4.2017.
- Breckle, Margit & Rinne, Marleena 2016. Yritysviestintä pohjalaismaakuntien ja saksankielisten maiden välillä. Vaasan yliopiston julkaisuja, selvityksiä ja raportteja 209. Vaasan yliopisto, Vaasa. http://www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-680-7.pdf. Luettu 26.3.2017.
- Elinkeinoelämän keskusliitto 2014. Kielitaito on kilpailuetu. EK:n henkilöstö- ja koulutustiedustelu. <http://ek.fi/wp-content/uploads/Henko-2014.pdf>. Luettu 8.2.2017.
- Erkki Pahkinen 2012. Kyselytutkimusten otantamenetelmät ja aineistoanalyysi. Julpu Jyväskylä University Printing House, Jyväskylä.
- Espoo ja Helsinki jylläävät isojen yritysten listalla. 2015. Länsiväylä. <http://www.lansivayla.fi/artikkeli/290302-espoo-ja-helsinki-jyllaavat-isojen-yritysten-listalla>. Luettu 9.2.2017.

Espoolaisia on nyt 275 000 – Tällainen on pääkaupunkiseudun väestönkasvu. 2016. Uusimaa. <http://www.uusimaa.fi/artikkeli/469721-espoolaisia-on-nyt-275-000-tallainen-on-paakaupunkiseudun-vaestonkasvu>. Luettu 9.2.2017

Euroopan komissio 2016. Komission yksiköiden valmisteluasiakirja: Suomen maara-portti 2016, johon sisältyy perusteellinen tarkastelu makrotalouden epätasapainojen ehkäisemisestä ja korjaamisesta. Bryssel. http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/csr2016/cr2016_finland_fi.pdf. Luettu 14.3.2017.

Euroopan neuvosto 2014. Eurooppalainen viitekehys. Kielten oppimisen, opettamisen ja arvioinnin yhteinen eurooppalainen viitekehys. 7. painos. Sanoma Pro Oy, Helsinki.

Foreign language skills statistics 2015. Eurostat. ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Foreign_language_skills_statistics. Luettu 10.2.2017.

Haaga-Helian, Laurean ja Metropolian strateginen liittouma. 2016. <http://www.metropolia.fi/tietoa-metropolia/haaga-helia-laurea-yhteisty/>. Luettu 19.4.2017.

Heikkilä, Tarja 2014. Tilastollinen tutkimus. Edita Publishing Oy, Porvoo. Helsingin seudun vieraskielinen väestö tuplaantuu vuoteen 2030 mennessä. 2016. <http://www.hel.fi/www/uutiset/fi/tietokeskus/helsingin-seudun-vieraskielinen-vaesto>. Luettu 9.2.2017.

Helsingissä puhutaan jo toista sataa kieltä – Tunnistatko, mitä naapurisi puhuu? 2015. <http://www.hs.fi/kuukausiliite/art-2000002841096.html>. Luettu 9.2.2017.

Holopainen, Martti & Pulkkinen, Pekka 2013. Tilastolliset menetelmät. Sanoma Pro Oy, Helsinki.

Holvas, Jakke 2015. Koululaisten yksipuolinen kielitaito kaventaa kansainvälisen kaupan mahdollisuuksia - ”Englannin kielellä voidaan ostaa, mutta ei myydä”. Yle Uutiset. <http://yle.fi/uutiset/3-8018157>. Luettu 29.3.2017.

Hurskainen, Mari & Ylönen, Sabine 2015. Vieraiden kielten oppimismotivaatio: esimerkkinä saksa yliopisto-opiskelijoiden keskuudessa. AFinLA Yearbook 2015. Suomen soveltavan kielitieteen yhdistyksen (AFinLA) julkaisuja n:o 73. Jyväskylä. <http://ojs.tsv.fi/index.php/afinlavk/article/view/49357/16529>. Luettu 26.3.2017.

Joka kymmenes 25–44-vuotias on ulkomaalaistaustainen. Tilastokeskus. http://www.stat.fi/til/vaerak/2015/01/vaerak_2015_01_2016-09-23_tie_001_fi.html. Luettu 9.2.2017.

Jäppinen, Tuula 2010. Suomi (S2) korkeakoulutettujen työssä. Millainen kielitaito riittää? - AFinLA-e. Nro 2. <http://ojs.tsv.fi/index.php/afinla/article/view/3872>. Luettu 2.4.2017.

Kangasvieri, Teija; Miettinen, Elisa; Kukkohovi, Pirkko ja Härmälä, Marita 2011. Kielten tarjonta ja kielivalintojen perusteet perusopetuksessa. Opetushallitus. http://www.oph.fi/download/138072_Kielten_tarjonta_ja_kielivalintojen_perusteet_perusopetuksessa.pdf. Luettu 15.3.2017.

Kantelinen, Ritva & Airola, Anneli 2008. Ne antavat yhtenäisempää taustatukea kieltenopetukseen. Kokemuksia ammattikorkeakoulujen kieltenopetuksen käytäntösuosi-

tuksista. Joensuu 2008. Joensuun yliopiston kasvatustieteiden tiedekunnan selosteita N:o 3. Joensuun yliopisto, Joensuu. http://epublications.uef.fi/pub/urn_isbn_978-952-219-085-7/urn_isbn_978-952-219-085-7.pdf. Luettu 21.3.2017.

Kielilaki 6.6.2003/423

Kosonen, Ritva 2016. Ammattikorkeakoulusta valmistuvan opiskelijan työssä tarvitsema kielitaito ja sen arviointi Saimaan ammattikorkeakoulussa. Saimaan ammattikorkeakoulun julkaisuja. Sarja A: Raportteja ja tutkimuksia 66. Saimaan ammattikorkeakoulu, Joensuu. <https://www.theseus.fi/handle/10024/113511>. Luettu 2.4.2017.

Kytö, Hannu 2015. Muuttovirrat muokkaavat pääkaupunkiseutua. Talous & yhteiskunta. <http://www.labour.fi/ty/tylehti/ty/ty32015/pdf/ty32015Kyto.pdf>. Luettu 1.5.2017.

Kytö, Hannu & Kral-Leszczynska, Monika 2013. Muuttoliikkeen voittajat ja häviäjät – Tutkimus alueiden välisistä muuttovirroista. Kaks – Kunnallisalan kehittämissäätiö. Kunnallisalan kehittämissäätiön Tutkimusjulkaisu-sarjan julkaisu nro 76. Vammalan Kirjapaino Oy, Sastamala. http://www.kaks.fi/sites/default/files/TutkJulk_76_net.pdf. Luettu 1.7.2017.

Laurén, Christen 2008. Varhain monikieliseksi – Kielen oppimisen teoriaa ja käytäntöä. Oy Finn Lectura Ab, Jyväskylä.

Lehtonen, Olli 2003. Suomen historia. Suomalaisuuskeskus Finnica. <http://www.finnica.fi/suomi/index.htm>. Luettu 1.5.2017

Leppänen, Sirpa & Pitkänen-Huhta, Anne & Nikula, Tarja & Kytölä, Samu & Törmäkan-gas, Timo & Nissinen, Kari & Kääntä, Leila & Virkkula, Tiina & Laitinen, Mikko & Pahta, Päivi & Koskela, Heidi & Lähdesmäki, Salla & Jousmäki, Henna 2009. Kansallinen kyselytutkimus englannin kielestä Suomessa. Käyttö, merkitys ja asenteet. Jyväskylä studies in humanities 132. Jyväskylä University Printing House, Jyväskylä. <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/22892/978-951-39-3815-4.pdf?sequence=1>. Luettu 28.3.2017.

Liiten, Marjukka 2017. Kielitaito kaipaa uutta loikkaa. Helsingin sanomat 19.2.2017, C8-C9.

Mainos- ja markkinointityö. 2017. Ammattinetti, TE-palvelut. http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/2/70_ammattiala. Luettu 21.2.2017.

Marjatta Huhta, Esko Johnson, Ulla Lax, Sari Hantula 2006. Työelämän kieli- ja viestintätaito – Kohti ammatillisen kielen täsmäopetusta. Helsingin ammattikorkeakoulu Stadia ja Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu. Stadia, Helsinki.

Martin, Anna & Metsälä, Riia & Suojanen, Otto & Vainio, Arttu 2013. Kieliosaamisen tarpeet Vaasan seudulla ja Vaasan yliopistossa. Vaasan yliopisto Levón-instituutti, Miksi alalle? 2017. Markkinoinnin, teknologian ja luovuuden liitto MTL. <http://mtl.fi/fi/ala/miksi-alalle>. Luettu 21.2.2017.

Metropolia Lukkarikone. <https://lukkanit.metropolia.fi/>. Luettu 19.4.2017.

Mikä liitto? 2017. Myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset MMA. <http://www.mma.fi/liitto/mika-liitto>. Luettu 21.2.2017

Monimuotoisuudesta yritysten kasvun vauhdittaja 2017. Helsingin seudun kauppamari. <http://helsinki.chamber.fi/fi/uutiset/monimuotoisuudesta-yritysten-kasvun-vauhdittaja/>. Luettu 10.9.2017.

Mustaparta, Anna-Kaisa & Jääskeläinen, Liisa 2017. Kielitaitotarpeet ovat muuttuneet radikaalisti – ruotsin kielen pakollisuudesta pitää luopua. Helsingin sanomat. Mieli. <http://www.hs.fi/paivanlehti/07032017/art-2000005116136.html>. Luettu 25.3.2017.

Nyström, Erik 2013. Tutkimus: Ruotsin kielen asema Suomessa heikentynyt. Helsingin Sanomat. <http://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002688176.html>. Luettu 8.2.2017.

Opetuslautakunta, Helsingin kaupunki. Opetuslautakunnan lausunto kaupunginhallitukselle valtuutettu Holopaisen ym. aloitteesta vieraan kielen oppimisen varhaistamisesta. http://www.hel.fi/static/public/hela/Opetuslautakunta/Suomi/Esitys/2017/Opev_2017-03-07_OLK_3_EI/219DE33B-173A-CAA4-87BD-5A8936F00008/Opetuslautakunnan_lausunto_kaupunginhallitukselle_.html. Luettu 21.3.2017.

Paukkeri, Tarja 2017. Kehittämispäällikkö, Laurea. Sähköpostiedustelu 8.2.2017.

Panko, Ben 2017. English Is the Language of Science. That Isn't Always a Good Thing. How a bias toward English-language science can result in preventable crises, duplicated efforts and lost knowledge. <http://www.smithsonianmag.com/science-nature/english-language-science-can-cause-problems-180961623/>. Luettu 22.3.2017.

Paul, Lewis & Simons, Gary & Fennig, Charles 2016. Ethnologue: Languages of the World. 9. painos. Dallas, Texas: SIL International. <https://www.ethnologue.com/statistics/size>. Luettu 2.3.2017.

Perustuslaki 11.6.1999/731

Rostila, Ilmari 2014. Vapaaehtoinen ruotsi on hyvinvointietu. Suomenkielisten näkökulma kielipolitiikkaan. Suomen perusta, Helsinki. <http://www.suomenperusta.fi/wp-content/uploads/2014/04/Vapaaehtoinen-ruotsi-on-hyvinvointietu-pdf-11.pdf>. Luettu 22.3.2017.

Ruponen, Arja 2017. Sähköpostiedustelu 20.4.2017. Opintosihteeri, Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.

Röksä, Jouni 2017. Markkinointi ja myynti. Sähköpostiviesti 21.2.2017. Vastaanottaja J. Honkanen. MMA:n koulutus- ja tutkimuspäällikkö kertoo alalla työskentelevistä.

Saastamoinen, Kaisa & Olkkonen, Rami 2012. SPSS Perusopas markkinatutkijalle. Turun yliopiston kauppakorkeakoulu, Turku.

Saarin, Taina & Härmälä, Marita 2012. Miksi työmarkkinoiden ja kielikoulutuksentarpeet eivät kohtaa? Aikuiskasvatus. <http://elektra.helsinki.fi.ezproxy.metropolia.fi/se/a/0358-6197/32/2/miksityo.pdf>. Luettu 10.2.2017.

Scheinin, Minna 2014. Kieli- ja viestintäosaaminen osana ammattitaitoa. Kokemuksia ammattikorkeakoulujen kieli- ja viestintäopintojen integroinnista: Kielten ja viestinnän opetusta integroiden. Turun ammattikorkeakoulu, Turku. <http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522164902.pdf>. Luettu 27.3.2017.

Seppälä, Päivi & Stenbacka, Tuula 2015. Tarvitaanko eteläpohjalaisissa yrityksissä ruotsin ja saksan kielen taitoa? Kieliverkosto. Soveltavan kielentutkimuksen keskus, Jyväskylän yliopisto; Kielikoulutuspolitiikan verkosto.
<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/45578/tarvitaanko-etelapohjalaisissa-yrityksissa-ruotsin-ja-saksan-kielen-taitoa.pdf?sequence=3>. Luettu 25.3.2017.

Special Eurobarometer 386. 2012. Europeans and their languages. Report. Euroopan komissio. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_386_en.pdf. Luettu 23.3.2017.

Tullitilasto 2013. 2014. Tulli.
<http://tulli.fi/documents/2912305/3439475/Kuvioita%20ulkomaankaupasta%20v.%202013/5593312a-ca6d-4674-8943-0911c54c343d?version=1.1>. Luettu 9.2.2017.

Tullitilasto 2016. 2017. Tulli.
<http://tulli.fi/documents/2912305/3439475/Kuvioita%20ulkomaankaupasta%20v.%202016/995dfc6f-4eee-43b4-acb1-a0b51248310f?version=1.4>. Luettu 8.2.2017.

Martin, Anna & Metsälä, Riia & Suojanen, Otto & Vainio, Arttu 2013. Kieliosaamisen tarpeet Vaasan seudulla ja Vaasan yliopistossa. Vaasan yliopisto Levón-instituutti, Vaasa. http://www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-475-9.pdf. Luettu 8.2.2017.

Valtioneuvoston asetus ammattikorkeakouluista 18.2 2014/1129

Valtioneuvosto 2016. Osaaminen ja koulutus. Toimenpide 3: Lisätään ja monipuolistetaan kieltenopiskelua. <http://valtioneuvosto.fi/hallitusohjelman-toteutus/osaaminen/karkihanke1#toimenpide3>. Luettu 26.3.2017.

Vieraiden kielten suosio on romahtanut yo-kirjoituksissa: vain venäjä nousussa. 2017. Aamulehti. <http://www.aamulehti.fi/kotimaa/uutissuomalainen-vieraiden-kielten-suosio-romahtanut-yo-kirjoituksissa-24261844/>. Luettu 8.2.2017.

Yrittäjyystilastot. 2015. Yrittäjät.
https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/sy_yritystilastot_2015.pdf. Luettu 12.3.2017.

Saatekirje

Opinnäytetyökysely kielitaidon tarpeesta

Heip!

Teen opinnäytetyötä pääkaupunkiseudulla markkinoinnin/myynnin parissa työskentelevien ammattilaisten kielitaidon tarpeesta. Alla olevassa kyselyssä pyritään selvittämään mm. mitä kieliä käytätte työssänne. Kyselyn täyttäminen vie aikaa vain 2-8 minuuttia, riippuen siitä vastaatko avoimiin kohtiin. Kiitos avustasi!

<https://elomake.metropolia.fi/lomakkeet/18322/lomake.html>

Kyselyn vastauksia ei tulla mitenkään yhdistämään henkilöihin, yrityksiin tai sähköpostiosoitteisiin.

Vastausaikaa on 10.3.2017 asti.

Jalmari Honkanen

Metropolia Ammattikorkeakoulu

jalmari.honkanen@metropolia.fi

E-Lomake -verkkokysely



Kysely markkinoinnin ja myynnin ammattilaisille kielitaidon tarpeesta pääkaupunkiseudulla

Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti, eikä tietoja yhdistetä
yrityksiin, henkilöihin tai sähköpostiosoitteisiin. Kiitos ajastasi!

1. Mitä kieliä käytät työssäsi?

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

- ☐ Englanti
- ☐ Ruotsi
- ☐ Saksa
- ☐ Ranska
- ☐ Espanja
- ☐ Venäjä
- ☐ Kiina
- ☐ Viro
- ☐ Arabia

Muu kieli, mikä?

2. Mitkä muut kielet toisivat lisäarvoa työhösi?

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

- ☐ Englanti
- ☐ Ruotsi
- ☐ Saksa
- ☐ Ranska
- ☐ Espanja
- ☐ Venäjä
- ☐ Kiina
- ☐ Viro
- ☐ Arabia

Muu kieli, mikä?

Onko jokin kieli selvästi
nousemassa tärkeäksi?

 ▼

3. Tärkeimmät kielet työssäsi

Mikä on tärkein kieli
työssäsi? Valitse ▾

Mikä on 2. tärkein kieli
työssäsi? Valitse ▾

Mikä on 3. tärkein kieli
työssäsi? Valitse ▾

4. Kielikoulutus tai tuettu kielten opiskelu

	Ei	Kyllä
Onko työpaikallanne järjestetty kielikoulutusta?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kokisitko sen hyväksi asiaksi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Koetko, että pääkaupunkiseudulla työskennellessä on joitakin erityispiirteitä kielen kannalta?

	Ei	Kyllä
Esiintyykö pääkaupunkiseudulla erityispiirteitä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Esimerkiksi korostuuko
jotkut kielet, työtovereiden
äidinkieli tai muu asia
pääkaupunkiseudulla.
Ajatuksia?

6. Käytätkö muuta kieltä kuin suomea päivittäin suullisesti/kirjallisesti työssäsi?

Käytätkö kieltä päivittäin
suullisesti? Valitse ▾

Käytätkö kieltä päivittäin
kirjallisesti? Valitse ▾

7. Kumpi on mielestäsi tärkeämpi asia kielen käytössä, oikeakielisyyys vai rohkeus käyttää sitä?

Valitse ▼

Ajatuksia?

8. Jos haluatte, kertokaa mitä vain ajatuksia kielistä ja niiden tarpeellisuudesta

Vapaa sana

9. Taustatiedot

Huom! Taustatiedot kerätään vain vastausten tilastollista käsittelyä varten.

Työskentelettekö
markkinoinnin vai myynnin
parissa?

Valitse ▼

Ikä

Valitse ▼

Äidinkieli

Suomi ▼

Ala

Valitse ▼

Tietojen lähetys

Tallenna

Painathan lopuksi "tallenna". Kiitos vastauksestasi!